

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Соболева О. Н.



Номер регистрации
РПД_3-38.03.02.04_2018_93508
Актуализировано: 28.03.2021

Рабочая программа дисциплины
Интернет-маркетинг

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр пр.
Направление подготовки	38.03.02
	шифр
	Менеджмент МиС
	наименование
Направленность (профиль)	3-38.03.02.04
	шифр
	Маркетинг
	наименование
Формы обучения	Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра менеджмента и маркетинга (ОРУ)
	наименование

Киров, 2018 г.

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Фокина Ольга Васильевна

ФИО

Соловьёва Анастасия Васильевна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	Целью изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» является формирование у будущих специалистов комплекса компетенций по использованию инструментов маркетинга прямо или косвенно связанных с Интернет при продвижении сайта, анализе рынка и конкурентной среды для обеспечения стабильного развития и устойчивого роста компании.
Задачи дисциплины	<p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обеспечить слушателей знаниями теоретических и практических основ для экономико-математического исследования рынка информационных услуг в сети Интернет. • сформировать практические навыки прикладных экономико-математических методов для исследования рынка в сети Интернет.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-5

способностью анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений		
Знает	Умеет	Владеет
технологии проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа в цифровой среде для принятия сбалансированных управленческих решений; методы оценки и анализа коммуникационных процессов между функциональными стратегиями при продвижении предприятия в цифровой среде, способы принятия управленческих решений в области интернет-маркетинга	применять технологии проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа в цифровой среде для принятия сбалансированных управленческих решений; анализировать коммуникационные процессы между функциональными стратегиями при продвижении предприятия в цифровой среде; принимать управленческие решения в области интернет-маркетинга	технологиями проведения маркетинговых исследований и маркетингового анализа в цифровой среде для принятия сбалансированных управленческих решений; методиками анализа коммуникационных процессов между функциональными стратегиями при продвижении предприятия в цифровой среде, навыками принятия управленческих решений в области интернет-маркетинга

Компетенция ПК-6

способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений		
Знает	Умеет	Владеет
теоретические основы управления проектами в	применять разные подходы к управлению проектами в	навыками применения подходов к управлению

<p>маркетинге; процесс разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций, мотивы потребителей и типы покупательского поведения при организационных изменениях в стратегическом маркетинге</p>	<p>маркетинге; организовать процесс разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций; выявлять мотивы потребителей и типы покупательского поведения при организационных изменениях в стратегическом маркетинге</p>	<p>проектами в маркетинге; навыками организации процесса разработки и внедрения технологических и продуктовых инноваций; навыками выявления мотивов потребителей и типов покупательского поведения при организационных изменениях в стратегическом маркетинге</p>
--	--	---

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Введение в интернет-маркетинг	ПК-5, ПК-6
2	Основы политики продвижения в сети Интернет	ПК-5, ПК-6
3	Понятие и основные аспекты SMM-рекламы	ПК-5, ПК-6
4	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-5, ПК-6

Формы промежуточной аттестации

Зачет	7 семестр (Очная форма обучения)
Экзамен	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	4	7	144	4	92.5	54	18	36	0	51.5		7	

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Введение в интернет-маркетинг»		43.00
Лекции		
Л1.1	Особенности маркетинга в цифровой среде. Взаимосвязь классического и цифрового маркетинга	1.00
Л1.2	Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет	1.00
Л1.3	Особенности покупательского поведения в цифровой среде	1.00
Л1.4	Стратегия интернет-маркетинга. Место интернет-маркетинга в стратегии предприятия	1.00
Л1.5	Реклама как инструмент продвижения интернет-маркетинга. Технология автоматизации продвижения в цифровой среде	1.00
Л1.6	Оценка эффективности мероприятий интернет-маркетинга	1.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Виды стратегий интернет-маркетинга	1.00
П1.2	Анализ спроса в сети Интернет	2.00
П1.3	Анализ бренд-платформы и политики продвижения конкурентов в среде Интернет	2.00
П1.4	Стратегическое планирование. Разработка стратегии цифрового маркетинга	2.00
П1.5	Инструменты автоматизации продвижения в цифровой среде	2.00
П1.6	Web-аналитика. Составление аналитического отчета мероприятий	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Анализ специфики мероприятий интернет-маркетинга в различных отраслях экономик	2.00
С1.2	Преимущества поискового продвижения сайта	2.00
С1.3	Выбор инструментов продвижения в социальных сетях	4.00
С1.4	Современные тенденции интернет-маркетинга. Типичные ошибки в интернет-маркетинге	2.00
С1.5	Сервисы конкурентного анализа	4.00
С1.6	Виды стратегий в интернет-маркетинге	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	8.00
Раздел 2 «Основы политики продвижения в сети Интернет»		51.00
Лекции		
Л2.1	Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб аналитика	1.00
Л2.2	Поисковая реклама	1.00

Л2.3	Технологии баннерной рекламы	1.00
Л2.4	Контекстная реклама	2.00
Л2.5	Основные понятия и преимущества e-mail рекламы	1.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Инструменты SMM-продвижения	4.00
П2.2	Разработка мероприятий по баннерной рекламе	2.00
П2.3	Медиапланирование в интернет- маркетинге	2.00
П2.4	Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг	2.00
П2.5	Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества	2.00
П2.6	Скрытый маркетинг. Вирусный маркетинг	1.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Выбор инструментов SMM-продвижения	4.00
С2.2	Виды баннерной рекламы	4.00
С2.3	Медиапланирование в интернет-маркетинге	2.00
С2.4	Жизненный цикл клиента. Основные принципы генерации входящего трафика. Воронка продаж. Воронка лояльности	2.00
С2.5	Web-сервисы, их отличия и преимущества	4.00
С2.6	Скрытый маркетинг. Вирусный маркетинг	4.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	12.00
Раздел 3 «Понятие и основные аспекты SMM-рекламы»		46.00
Лекции		
Л3.1	SMM-реклама: понятия, виды, функции	1.00
Л3.2	Разработка коммуникационного обращения. Выбор методов обращения	1.00
Л3.3	Инструменты работы с аудиторией социальной сети	2.00
Л3.4	Особенности рекламных кабинетов популярных социальных сетей	2.00
Семинары, практические занятия		
П3.1	Разработка коммуникационного обращения. Дизайн. Контент	2.00
П3.2	Классические инструменты SMM: умная лента, бренд-платформа, контент-план, медиа-план	2.00
П3.3	Особенности продвижения и настройки рекламы вКонтакте	2.00
П3.4	Особенности продвижения и настройки рекламы MyTarget	2.00
П3.5	Особенности продвижения и настройки рекламы Facebook	2.00
П3.6	Анализ рекламного трафика. Показатели эффективности продвижения в социальной сети	2.00
Самостоятельная работа		
С3.1	Создание положительного информационного фона вокруг бренда или компании	2.00
С3.2	Разработка коммуникационного обращения. Дизайн.	2.00

	Контент	
С3.3	Современные инструменты SMM	4.00
С3.4	Аналитика рекламного траффика. Показатели эффективности продвижения в социальной сети	2.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР3.1	Контактная внеаудиторная работа	18.00
Раздел 4 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		4.00
34.1	Подготовка к сдаче зачета	3.50
КВР4.1	Сдача зачета	0.50
ИТОГО		144.00

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

1) Технология разработки интернет ресурсов: курс лекций : учебное пособие. - Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2018. - 171 с. : ил. - Библиогр. в кн. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562579/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Крюкова, Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов: как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев. - Москва : Альпина Паблицер, 2018. - 303 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-6515-0 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495615/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

3) Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева. - Ростов-на-Дону|Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. - 154 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2673-4 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Интернет-маркетинг : учеб. для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : Юрайт, 2015. - 287, [1] с. - (Бакалавр. Академический курс) (УМО ВО рекомендует). - Библиогр.: с. 265-267 и в подстроч. примеч. - ISBN 978-5-9916-5508-8 : 489.00 р. - Текст : непосредственный.

5) Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие для бакалавров : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по эконом. направлениям и специальностям / под общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ, Рос. ассоциация маркетинга. - М. : Юрайт, 2015. - 408 с. - (Библиотека Российской ассоциации маркетинга) (Бакалавр) (Базовый курс). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 978-5-9916-2661-3 : 411.73 р. - Текст : непосредственный.

6) Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. - 7-е изд. - Москва : Альпина Паблицер, 2016. - 211 с. - ISBN 978-5-9614-5016-3 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебная литература (дополнительная)

- 1) Куликов, А. А. Разработка интернет ресурсов: Методические указания / А. А. Куликов. - Москва : РТУ МИРЭА, 2020. - 32 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/163904> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.
- 2) Права человека в сети Интернет : коллективная монография / М. С. Саликов, С. Э. Несмеянова, А. Н. Мочалов. - Екатеринбург : Издательство УМЦ УПИ, 2019. - 147 с. ; 20 см. - 350 экз. - ISBN 978-5-8295-0660-5 : 300.00 р. - Текст : непосредственный.
- 3) Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. - Москва|Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0202-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 4) Интернет-технологии : учебно-методическое пособие. - Казань : Поволжская ГАФКСиТ, 2016. - 96 с. - Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/154942> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.
- 5) Смирнов, С. Б. Роман с разведкой: интернет-расследование / С.Б. Смирнов. - Москва : БИБЛИО-ГЛОБУС, 2014. - 208 с. - ISBN 978-5-906454-33-1 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253640/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 6) Алашкин, П. Введение в интернет рекламу. Лекция 3. Свойства рекламы в Интернете. Презентация / П. Алашкин. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2014. - 59 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=238464/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 7) Маркетинг в XXI веке: глобализация и новые технологии : сборник статей / М. Л. Калужский. - Москва|Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 63 с. : схем., табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9344-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473030/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 8) Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С.М. Москалев. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 101 с. : ил. - Библиогр. в кн. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.
- 9) Алашкин, П. Введение в Интернет-рекламу. Лекция 1. Роль сети Интернет. Презентация / П. Алашкин. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2014. - 72 с. - Б. ц. - URL:

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=238462/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

10) Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с. - ISBN 978-5-9614-1055-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

11) Алашкин, П. Введение в Интернет-рекламу. Лекция 2. Особенности продаж в сети Интернет. Презентация / П. Алашкин. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2014. - 47 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=238463/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

12) Бельцева, Екатерина Адольфовна. Реклама в интернете. Часть 2 : видеолекция: дисциплина "Технологии создания текстов в рекламе и связях с общественностью" / Е. А. Бельцева ; ВятГУ, ФФМ, каф. ЖК. - Киров : ВятГУ, [2017]. - Б. ц. - URL: <https://online.vyatsu.ru/content/reklama-v-internetechast-2> (дата обращения: 05.12.2017). - Режим доступа: Видеолекция ВятГУ. - Изображение : видео.

13) Инновационный маркетинг : учебник / И.А. Красюк, С.М. Крымов, Г.Г. Иванов, М.В. Кольган. - Москва : Дашков и К°, 2020. - 170 с. : ил., табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-03982-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

14) Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / Финан. ун-т при Правительстве РФ ; ред. С. В. Карпова. - Москва : Юрайт, 2017. - 456 с. : рис., ил., фото. - (Бакалавр. Магистр). - Библиогр.: с. 376-377 (27 назв.). - ISBN 978-5-534-00354-3 : 1122.54 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Фокина, Ольга Васильевна. Основы маркетинга в цифровой экономике : учебно-методическое пособие по выполнению практических заданий для направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", профиль "Управление проектами" всех форм обучения / О. В. Фокина, В. В. Кислицына ; ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ. - Киров : ВятГУ, 2020. - 28 с. - Б. ц. - URL: <https://lib.vyatsu.ru> (дата обращения: 10.01.2020). - Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

Периодические издания

1) Маркетинг в России и за рубежом : журн.. - М. : Изд-во Финпресс. - Выходит раз в два месяца. - ISSN 1028-5849. - Текст : непосредственный.

2) Маркетинг и маркетинговые исследования. - М. : ЗАО "Издательский дом Гребенникова". - Выходит ежеквартально. - ISSN 2074-5095. - Текст : непосредственный.

Учебно-наглядное пособие

1) Маркетинг взаимоотношений : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех форм и профилей обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост. О. В. Фокина. - Киров : ВятГУ, 2021. - 35 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

2) Основы маркетинга в цифровой экономике : учебное наглядное пособие для обучающихся направления подготовки 38.03.02 "Менеджмент", всех форм и профилей обучения / ВятГУ, ИЭМ, ФМиС, каф. МиМ ; сост. О. В. Фокина. - Киров : ВятГУ, 2021. - 56 с. - Б. ц. - Текст . Изображение : электронное.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-38.03.02.04

3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>

4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты

- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
Интерактивная доска Smart Board SB 480-H2
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-F210WN
НОУТБУК Acer Aspire 5920G
Проектор Smart V25 к интерактивной доске

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=93508