

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 28.05.2026 11:41:50
Уникальный идентификатор:
46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления,
доктор экономических наук,
профессор
Л.И. Ушвицкий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Современный стратегический анализ и методы маркетинговых исследований

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется

38.04.02 Менеджмент
Стратегический менеджмент и маркетинг
2026
Очная
1 семестр

Разработано

Доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры менеджмента
Бережная О.В.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование части профессиональной компетенции ПК-1 у будущего магистра по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент специализация профиль «Стратегический менеджмент и маркетинг» и заключается в получении студентом совокупности теоретических знаний и практических навыков по применению стратегического анализа в управлении и проведению маркетинговых исследований; в формировании у выпускников умений разрабатывать и осуществлять исследовательские и аналитические проекты для информационного обеспечения принятия управленческих решений.

Задачи освоения дисциплины:

- формирование системы теоретических и практических знаний о стратегическом анализе как элементе стратегического менеджмента, концепциях, методологии и основных тенденциях развития этой науки;
- усвоение понятийного аппарата, функций, задач, объектов, моделей и методов стратегического анализа;
- овладение методами стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде;
- обеспечение более глубокого понимания фундаментальных факторов, определяющих успех организации в конкурентной среде в условиях "новых вызовов", неопределенности и турбулентности;
- формирование представления о теоретических и методических основах маркетинговых исследований.
- формирование способности применять количественные и качественные методы для проведения прикладных маркетинговых исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
- изучение основных приемов сбора и обработки стратегической и маркетинговой информации.
- формирование способности самостоятельно осуществлять разработку научно-исследовательского проекта в области стратегического менеджмента и маркетинга основываясь на знании методологии стратегического анализа и методов и инструментов маркетинговых исследований

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современный стратегический анализ и методы маркетинговых исследований» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений.

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

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-1. Способен самостоятельно выполнять научно-исследовательский и аналитический проект в области стратегического менеджмента и маркетинга, готовить аналитические материалы для принятия управленческих решений в цифровой бизнес-среде	ИД-1. ПК-1 Осуществляет самостоятельный прикладной или аналитический научно-исследовательский проект в области стратегического менеджмента и маркетинга	Основываясь на знании методологии стратегического анализа и методов и инструментов маркетинговых исследований способен самостоятельно осуществлять разработку научно-исследовательского проекта в области стратегического менеджмента и маркетинга
	ИД-2. ПК-1. Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	Способен представлять результаты проведенного стратегического анализа и маркетингового исследования в виде научного отчета, статьи или доклада

	ИД-3. ПК-1. Осуществляет сбор, обработку, мониторинг и интерпретацию информации о факторах внешней и внутренней среды на различных сегментах рынка с использованием информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде	При проведении стратегического анализа и маркетинговых исследований способен осуществлять сбор, обработку, мониторинг и интерпретацию информации о факторах внешней и внутренней среды на различных сегментах рынка с использованием информационных технологий обработки и интеллектуального анализа больших массивов данных для принятия стратегических решений в цифровой бизнес-среде
--	---	--

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля

Объем занятий: всего 5 з.е. 180 акад.ч	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных работ/ из них практическая подготовка	0
Практический занятий/ из них практическая подготовка	36/2
Самостоятельная работа	90
Формы контроля	
Экзамен	36
Зачет	-
Зачет с оценкой	-
Курсовая работа	да

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

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	Очная форма			Самостоятельная работа, часов	Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем / из них в форме практической подготовки, часов				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Стратегический анализ как этап стратегического управления. Методологические основы проведения стратегического анализа 1. Сущность и место стратегического анализа в системе стратегического управления организацией. Основная схема и этапы стратегического анализа организации 2. Цель, задачи и виды стратегического анализа 3. Информационная база стратегического анализа. 4. Организация проведения сбора стратегической информации	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	2	4	-	6	Собеседование Реферат тестирование
2	Методологические основы проведения стратегического анализа 1. Методологические принципы стратегического анализа 2. Методы стратегического анализа и подходы к их классификации. 3. Основная схема и этапы стратегического анализа организации.	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	2	2		3	
2	Методы стратегического анализа внешней среды организации 1. Классификация факторов внешней среды организации и общие положения их стратегического анализа 2. Методы стратегического анализа макросреды. Источники получения информации о макросреде	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	2	6	-	9	Собеседование Индивидуальное задание

	3. Методы стратегического анализа микросреды. Источники получения информации о микросреде						
3	Методы стратегического анализа внутренней среды организации 1. Основные логические схемы проведения анализа внутренней среды 2. Ресурсный анализ 3. Анализ конкурентоспособности организации 4. Методы анализа и оптимизации продуктового портфеля организации 5. Анализ бизнес-процессов 6. Контрольная карта анализа сильных и слабых сторон организации	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	2	6	-	9	Собеседование Индивидуальное задание
4	Интеграционный стратегический анализ внешней и внутренней среды организации 1. Методы интеграционного анализа среды организации 2. Методы построения профиля продуктового портфеля среды для организации: 3. Метод «Резюме анализа внешних стратегических факторов» (External Strategic Factors Analysis Summary, или сокращенно EFAS)	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	2	4	-	9	Собеседование дискуссия
5	Стратегический конкурентный анализ 1. Понятие конкурентного анализа 2. Стратегический контекст конкурентного анализа 3. Аналитические процедуры проведения стратегического конкурентного анализа	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	-	2	-	9	Собеседование
6	Применение матричных методов портфельного анализа в стратегическом анализе и планировании 1. Классификация матриц стратегического планирования 2. Внедрение матричного инструментария в процесс стратегического управления 3. Портфельный анализ наличия внутренних ресурсов	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	-	-	-	9	Собеседование
7	Теоретические и организационные основы маркетинговых исследований 1. Сущность и классификация маркетинговых исследований 2. Определение, цели, задачи и	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	2	2	-	9	Собеседование

	направления маркетинговых исследований. Объекты и субъекты маркетинговых исследований 3. Этапы маркетинговых исследований 4. Организационные основы маркетинговых исследований 5. Современные информационные технологии в маркетинговых исследованиях						
8	Методы сбора и анализа маркетинговой информации. Маркетинговые шкалы 1. Общие представления об измерении и шкалировании 2. Основные типы шкал, используемых в маркетинговых исследованиях 3. Сравнительные методы шкалирования	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	2	4	-	9	Собеседование
9	Поисковые, описательные и причинные исследования 1. Поисковые исследования: вторичные данные и качественные методы. 2. Дизайны описательных исследований. Общая характеристика методов проведения описательных исследований. Количественные методы исследования 3. Потенциальные источники ошибок в описательных исследованиях 4. Концепция причинности в маркетинге и условия причинности	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	-	2	-	9	Собеседование
10	Построение выборки для проведения маркетингового исследования 1. Понятие выборки, ее преимущества и недостатки по сравнению с полной переписью 2. Процесс построения выборки 3. Вероятностные и невероятностные способы построения выборки 4. Выбор между вероятностными и невероятностными методами построения выборки 5. Учет местных особенностей при выборе метода построения выборки 6. Примеры использования опросов в маркетинговых исследованиях	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1 ИД-3. ПК-1	2	4/2	-	5	Собеседование Индивидуальное задание
11	Инструментарий сегментирования рынка	ИД-1. ПК-1 ИД-2. ПК-1	2	2	-	4	Собеседование

1. Этапы процесса сегментации 2. Критерии и признаки сегментирования рынка 3. Сегментирование рынка по группам потребителей 4. Сегментирование рынка по группам продуктов 5. Сегментирование рынка по конкурентам	ИД-3. ПК-1					
ИТОГО		18	36/2	-	90	

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

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов их достижения. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения по дисциплине.

ФОС по дисциплине включает в себя:

- описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, шкал оценивания;
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине и уровня сформированности компетенций.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, включаются в методические указания.

ФОС являются приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически заверченный раздел.

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

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

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

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

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Вылгина, Ю. В.; Современный стратегический анализ Электронный ресурс / Вылгина Ю. В. : учебное пособие. - Иваново: ИГЭУ, 2020. - 84 с. - Печатается по решению редакционно-издательского совета ФГБОУВО «Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина», экземпляров неограничено

2. Современный стратегический анализ Электронный ресурс: Учебное пособие для СПО / Е. Ю. Кузнецова [и др.] ; ред. Е. Ю. Кузнецовой. - Современный стратегический анализ, 2029-09-11. - Саратов, Екатеринбург: Профобразование, Уральский федеральный университет, 2019. - 129 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-4488-0458-8, 978-5-7996-2807-9, экземпляров неограничено
3. Моисеева, Е. Е. Современный стратегический анализ Электронный ресурс / Моисеева Е. Е.: учебное пособие. - Красноярск: СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2017. - 90 с. - Утверждено редакционно-издательским советом университета в качестве учебного пособия для студентов магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», направленности «Управление инновациями и StartUp в предпринимательской среде», «Управление бизнес-процессами», «Стратегия развития кадрового потенциала организации», «Стратегический управленческий учет», всех форм обучения, экземпляров неограничено
4. Приказчикова, Ю. В. Современный стратегический анализ Электронный ресурс / Приказчикова Ю. В. : учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород: ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2017. - 47 с. - Рекомендовано методической комиссией Института экономики и предпринимательства ННГУ для иностранных студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (магистратура) на английском языке, экземпляров неограничено
5. Никифорова, Л. Е. Современный стратегический анализ: концепции, модели, инструменты Электронный ресурс: Учебное пособие / Л. Е. Никифорова, С. В. Цуриков, Е. А. Разомасова. - Современный стратегический анализ: концепции, модели, инструменты, 2029-09-09. - Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2017. - 250 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - ISBN 978-5-7014-0789-1, экземпляров неограничен
6. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. - 2-е изд., доп. - Москва : Вузовской учебник : ИНФРА-М, 2013. - 368 с. : ил. ; 22. - (Вузовский учебник). - Гриф: Доп. УМО. - Библиогр.: с. 363-365. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - ISBN 978-5-16-005152-9, экземпляров неограниченно
7. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования / А.В. Коротков. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - ISBN 5-238-00810-4, экземпляров неограничено
- 8.1.2. Перечень дополнительной литературы:
 Дополнительная литература
 1. Ополченова, Е.В. Современный стратегический анализ Электронный ресурс: учебное пособие / Е.В. Ополченова. - Современный стратегический анализ, 2021-05-31. - Москва: Российская международная академия туризма, Университетская книга, 2016. - 112 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-98699-187-0, экземпляров неограничено
 2. Сбоева, И.А. Современный стратегический анализ Электронный ресурс: учебно-методическое пособие / сост. И.А. Сбоева. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2015. - 27 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks., экземпляров неограничено
 3. Панов, А. И. Стратегический менеджмент / А.И. Панов; И.О. Коробейников; В.А. Панов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 302 с. - ISBN 5-238-01052-4, экземпляров неограничено
 4. Басовский, Л. Е. Современный стратегический анализ: учебник для вузов / Л.Е. Басовский. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 254, [1] с.: ил.; 22. - (Высшее образование. Магистратура). - Гриф: Рек. УМО. - Библиогр.: с. 250-252. - ISBN 978-5-16-005655-5, экземпляров неограничено
 5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата : для студентов вузов, обучающихся по эконом.напр. и специальностям / А. П. Карасев. - Москва :Юрайт, 2017. - 324 с. : ил., табл. -

(Бакалавр.Прикладной курс). - Гриф: Рек. УМО. - Библиогр.: с. 322-323. - ISBN 978-5-534-03594-0

6. Чернышева, А. М.; Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова, Ч. 1. - Москва :Юрайт, 2017. - 245 с. : ил., табл. - (Бакалавр.Академический курс). - Гриф: Рек. УМО. - ISBN 978-5-9916-8567-2. - ISBN 978-5-9916-8566-5

7. Маренко, В. А. Информационно-аналитические методы в маркетинговых исследованиях : Учебное пособие / Маренко В. А. - Омск : Омский государственный институт сервиса, 2013. - 130 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-93252-287-5, экземпляров неограничено

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

1. Методические рекомендации для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Современный стратегический анализ и методы маркетинговых исследований» для студентов направления 38.04.02 Менеджмент, [Электронная версия]

2. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Современный стратегический анализ и методы маркетинговых исследований» для студентов направления 38.04.02 Менеджмент, [Электронная версия]

3. Методические указания по выполнению курсовой работы по дисциплине «Современный стратегический анализ и методы маркетинговых исследований» для студентов направления 38.04.02 Менеджмент, [Электронная версия]

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

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» — Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

2. Федеральный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>

3. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов — Режим доступа: <http://fcior.edu.ru>

4. Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» — Режим доступа: <http://grebennikon.ru/>

5. Консорциум сетевых электронных библиотек ЭБС «Лань» – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>

6. ЭБС IPRbooks – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>

7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU» – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

8. Электронная библиотека диссертаций РГБ – Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>

9. Платформа Springer Link – Режим доступа: <https://rd.springer.com/>

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

При реализации дисциплины используется компьютерная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов.

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

1. Профессиональная база данных Росстата — Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/databases
2. Информационная справочная система КонсультантПлюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Информационная справочная система ГАРАНТ.РУ — Режим доступа: <http://www.garant.ru>
4. Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>
1. 5. Официальный сайт библиотеки ФГАОУ ВО СКФУ Режим доступа: <http://catalog.ncstu.ru/catalog>

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

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

Лекционные занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Практические занятия	Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и возможностью доступа к электронной информационно-образовательной среде университета

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

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

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

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

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

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

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

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

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

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

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

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

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников. Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

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

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети

«Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

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

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