

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Грובה Татьяна Анатольевна

Должность: и.о. декана факультета математики и компьютерных наук имени
профессора Н.И. Червякова

Дата подписания: 19.06.2026 15:33:13

Уникальный программный ключ:

bd39d4208aa94cf4422feb787c81619d42de79a7

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

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана факультета
математики и компьютерных
наук имени профессора
Н. И. Червякова
Грובה Т.А.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Технологии продвижения бренда в цифровой среде»

Специальность	Информационная безопасность автоматизированных систем
Специализация	«Анализ безопасности информационных систем»
Год начала обучения	2026 г.
Форма обучения	очная
Реализуется в	2 семестр

Разработано

Заможных Е.А., доцент кафедры
рекламы и связей с общественностью.

Ставрополь 2026 г.

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Технологии продвижения бренда в цифровой среде» является формирование у будущего специалиста по специальности 10.05.03 Информационная безопасность автоматизированных систем специализация «Анализ безопасности информационных систем» знаний о технологиях продвижения бренда в цифровой среде для обеспечения систематической и планомерной работы менеджмента компании с такими компонентами системы СМИ как новые медиа.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение истории использования бренда, основных тенденций и типов брендинга;
- особенностей процесса создания бренда;
- формирование навыков проектирования брендов;
- формирование умений управления методиками построения бренда;
- обладание навыками продвижения бренда в цифровой среде;
- обладание навыками использования некоторого минимума практических приемов работы с группой (командой, подразделением).

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии продвижения бренда в цифровой среде» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и является дисциплиной по выбору. Ее освоение происходит во 2 семестре.

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 (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД-1УК-3 участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи;	Осуществляет эффективную коммуникацию в цифровой среде и реализует свою роль в команде в работе над проектами, используя в том числе инклюзивный подход.

	ИД-2УК-3 обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта;	Оценивает эффективность и результаты работы в команде на основе знания общих методов организации социального взаимодействия, в том числе информационных технологий и технологий форсайта
	ИД-3УК-3 обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения.	Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-1УК-2 формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определяет ожидаемые результаты решения задач;	Определяет цели и задачи проекта, а также прогнозирует результаты поставленных задач
	ИД-2УК-2 разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;	Разрабатывает стратегию выполнения проекта, исходя из поставленных целей и действующих правовых норм и ограничений
	ИД-3УК-2 обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.	Выполняет проект исходя из поставленных целей и сроков с использованием цифровых инструментов.

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е. 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	16/0

Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	32/0
Самостоятельная работа	60
Формы контроля	
Экзамен	-
Зачет 2 семестр	+
Зачет с оценкой семестр	-
Курсовая работа	нет

* Дисциплина предусматривает применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий (если иное не установлено образовательным стандартом)

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				Формы текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Понятие бренда и сущность брендинга. В данной теме студентами будет изучаться фундаментальное определение бренда как совокупности материальных и нематериальных активов, формирующих ценность для потребителя. Особое внимание будет уделено эволюции концепции брендинга — от идентификации товаров до создания эмоциональных связей с аудиторией. В конце изучения студент сможет дифференцировать понятия "товар" и "бренд", а также объяснять экономическую ценность брендинга.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3	2	2	-	4	Собеседование
2	Теоретические основы бренд-менеджмента. В данной теме студентами будет изучаться методологическая база управления брендами, включая классические теории (Келлера, Аакера) и современные подходы. Особое внимание будет уделено моделям капитала бренда и принципам его оценки. В конце изучения студент овладеет концептуальным аппаратом для анализа бренд-стратегий.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3		2	-	4	Собеседование, тест

3	Разработка бренда. Атрибуты бренда. В данной теме студентами будет изучаться процесс создания бренд-идентичности, включая разработку названия, логотипа, фирменного стиля и других визуальных/вербальных маркеров. Особое внимание будет уделено системе brand assets и их юридической защите. В конце изучения студент сможет разрабатывать базовые элементы бренд-платформы.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3	2	2	-	4	Коллоквиум
4	Маркетинговые коммуникации и их роль в развитии бренда. В данной теме студентами будет изучаться интеграция коммуникационных инструментов (реклама, PR, digital) в систему бренд-менеджмента. Особое внимание будет уделено концепции integrated marketing communications (IMC). В конце изучения студент поймет взаимосвязь между коммуникационной активностью и капитализацией бренда.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3		2	-	4	Тест
5	Правовая среда бренда. В данной теме студентами будет изучаться система юридической защиты брендов: товарные знаки, патенты, авторские права. Особое внимание будет уделено международным аспектам правового регулирования. В конце изучения студент будет знать процедуры регистрации и защиты бренд-активов.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3	2	2	-	4	Коллоквиум
6	Цифровая среда: понятия, содержание. В данной теме студентами будет изучаться трансформация бренд-менеджмента в условиях цифровизации, включая новые каналы взаимодействия и форматы потребления контента. Особое внимание будет уделено изменениям в consumer journey. В конце изучения студент сможет анализировать digital-экосистему бренда.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3		2	-	4	Групповые творческие задания

7	Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения. В данной теме студентами будет изучаться классификация digital-инструментов (SEO, таргетированная реклама, контент-маркетинг) и алгоритмы их применения в бренд-стратегиях. Особое внимание будет уделено data-driven подходам. В конце изучения студент овладеет принципами выбора оптимальных digital-каналов.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3	2	2	-	4	Тест
8	Современные технологии цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения. В данной теме студентами будет изучаться классификация digital-инструментов (SEO, таргетированная реклама, контент-маркетинг) и алгоритмы их применения в бренд-стратегиях. Особое внимание будет уделено data-driven подходам. В конце изучения студент овладеет принципами выбора оптимальных digital-каналов.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3		2	-	4	Собеседование
9	Позиционирование бренда в цифровой среде. В данной теме студентами будет изучаться адаптация стратегий позиционирования к особенностям онлайн-коммуникации. Особое внимание будет уделено технологиям personalization и storytelling. В конце изучения студент сможет разрабатывать цифровые позиционирующие сообщения.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3	2	2	-	4	Групповые творческие задания
10	Планирование эффективных бренд-коммуникаций. В данной теме студентами будет изучаться методика создания коммуникационных планов с учетом KPI бренда. Особое внимание будет уделено медиапланированию и бюджетному распределению. В конце изучения студент освоит технику разработки communication roadmap.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3		2	-	4	Групповые творческие задания

11	Ситуационный анализ и аудит бренда. В данной теме студентами будет изучаться комплексная диагностика бренда через призму SWOT-анализа, конкурентного бенчмаркинга и исследования восприятия. Особое внимание будет уделено digital-аналитике. В конце изучения студент сможет проводить базовый бренд-аудит.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3	2	2	-	4	Групповые творческие задания
12	Управление брендами в цифровой среде. В данной теме студентами будет изучаться специфика digital brand management, включая мониторинг упоминаний, управление репутацией и community building. Особое внимание будет уделено agile-подходам. В конце изучения студент овладеет принципами адаптивного управления брендом.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3		2	-	4	Собеседование
13	Стратегии брендинга. В данной теме студентами будет изучаться типология бренд-стратегий: от umbrella branding до ingredient branding. Особое внимание будет уделено case-study успешных стратегий. В конце изучения студент сможет выбирать оптимальные стратегии для разных бизнес-кейсов.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3	2	2	-	4	Собеседование
14	Этапы реализации коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде. В данной теме студентами будет изучаться процесс внедрения digital-стратегии от разработки креативной концепции до запуска кампаний. Особое внимание будет уделено agile-методологиям. В конце изучения студент освоит технику поэтапного внедрения коммуникационных решений.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3		2	-	4	Тест
15	Контроль кампаний по продвижению бренда и оценка ее эффективности. В данной теме студентами будет изучаться система метрик и KPI для оценки результативности бренд-коммуникаций. Особое внимание будет уделено методикам ROMI-расчетов. В конце изучения студент сможет проводить комплексный анализ эффективности кампаний.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3	2	2	-	2	Групповые творческие задания

16	Международный аспект процесса глобализации брендов. В данной теме студентами будет изучаться специфика транснационального бренд-менеджмента, включая кросс-культурные аспекты и глокализацию стратегий. Особое внимание будет уделено кейсам международных брендов. В конце изучения студент поймет принципы адаптации брендов к локальным рынкам.	УК-2 ИД-1УК-2 ИД-2УК-2 ИД-2УК-2 УК-3 ИД-1УК-3 ИД-2УК-3 ИД-3УК-3		2	-	2	Собеседование
	ИТОГО за 2 семестр		16	32	-	60	
	ИТОГО		16	32	-	60	

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

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Технологии продвижения бренда в цифровой среде» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является 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. для вузов / А. С. Хворостяная. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19360-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569111>
2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебник для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562694>

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

- 1 Формирование бренда предприятия : учебное пособие / О. В. Бондарская, Т. А. Бондарская, Р. Г. Гучетль, Л. Г. Попова ; Тамбовский государственный технический

университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2017. – 214 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499002> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1704-8. – Текст : электронный.

1. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие : [16+] / Г. С. Цветкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305> – Библиогр.: с. 99-101. – ISBN 978-5-8158-1998-6. – Текст : электронный.

2. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К° : Альтехсофт «Издательство Шаркова», 2020. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684227> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03640-8. – Текст : электронный.

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

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

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

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

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 (модулю)

Лекционные занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Практические занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI

	PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Самостоятельная работа	Ауд. 114, к .20 компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) 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 (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) 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 (модуля) 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, прочитать 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, прочитать 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.