

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 11:02:30
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcba0c6ab7a

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

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алёна Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью»

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR в государственных и бизнес-структурах»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	7

Разработано
Преподаватель департамента
медиакоммуникаций высшей школы
креативных индустрий
Афанасьева Елена Викторовна

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью» является приобретение комплекса знаний и формирование умений по проведению маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга и инновационных технологий в организации и управлении интернет-маркетингом и электронной торговлей.

Задачи освоения дисциплины «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью»

- формирование умений применять инновационные технологии в организации проведения маркетинговых исследований и Web-аналитики в Интернет-маркетинге и электронной торговле;
- сформировать навыки проведения подготовки к проведению маркетингового исследования с использованием инновационных инструментов Web-аналитики;
- формирование умений проводить маркетинговые исследования и Web-аналитику в Интернет-маркетинге и электронной торговле с использованием инструментов комплекса маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью» относится к дисциплинам части формируемой участниками образовательных отношений.

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

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-7. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-7 Знает современные исследования по планированию рекламной и PR-кампании, по созданию коммуникационного продукта.	Владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта
	ИД-2 ПК-7 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	При создании коммуникационного продукта использует результаты исследований
	ИД-3 ПК-7 Владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	Для планирования рекламной или PR-кампании использует результаты исследований

ПК-9. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-9 Знает специфику маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла
	ИД-2 ПК-9 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Организовывает маркетинговые исследования при разработке коммуникационного продукта
	ИД-3 ПК-9 Владеет навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Выполняет задачи связанные с исследованием и организацией маркетинговых исследований
ПК-10. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	ИД-1 ПК-10 Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
	ИД-2 ПК-10 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Работает с разными целевыми группами для проведения мониторинга обратной связи
	ИД-3 ПК-10 Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	Для мониторинга обратной связи использует базовые знания с разными целевыми группами

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е., 144 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/8
Самостоятельная работа	108
Формы контроля	
Экзамен	-
Зачет	-
Зачет с оценкой	+
Курсовая работа	нет

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		
7 семестр							
1	Web-аналитика как часть интернет-маркетинга: цели и задачи веб-аналитики 1.Понятие Web-аналитики и ее роль для маркетолога в интернет-маркетинге и электронной торговле. 2.Задачи Web-аналитики. 3.Виды Web-аналитики. 4.Методы веб-анализа.	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	2	2	-	6	Собеседование
2	Профессия «Веб-аналитик» 1. Навыки и знания. 2. Место веб-аналитики в бизнес-процессе компании	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	-	-	-	6	Собеседование
3	Терминология web-аналитики 1. Метрики веб-аналитики и их ключевые показатели 2.Google Analytics 3.Яндекс.Метрика 4.Liveinternet 5.SimilarWeb	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	2	2/2	-	6	Собеседование
4	Data-Driven 1. Подходы 2.Сбор данных	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	-	-	-	6	Коллоквиум

5	Маркетинг и digital-стратегия. 1. Бриф 2. Анализ целевой аудитории 3. Сегментация 4. Поиск инсайтов	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	-	-	-	6	Собеседовани е
6	Бизнес-задачи 1. Определение задач веб-аналитика 2. Сущность веб-аналитики. Сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитики	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	2	2/2	-	6	Собеседовани е
7	Маркетинг и digital-стратегия 1. Бриф 2. Анализ целевой аудитории 1. Сегментация 2. Поиск инсайтов	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	-	-	-	6	Коллоквиум
8	Информационная сеть ARPANET 1. Причины появления сеть ARPANET 2. Функции сети ARPANET	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	-	-	-	6	Собеседование
9	Развитие протоколов TCP/IP, IRC 1. TCP/IP. 2. Появление DNS	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	2	2/2	-	6	Собеседовани е

10	Появление мессенджеров и социальных сетей 1. Появление мессенджеров и социальных сетей: история развития 2. Рекламные возможности использования мессенджеров	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	2	2	-	6	Собеседование
11	Методология веб-анализа 1. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. 2. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика. 3. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга.	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	2	2	-	6	Собеседование
12	Методология веб-анализа 1. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий. 2. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	2	2/2	-	6	Собеседование
13	Инструментарий веб-анализа 1. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы. 2. Анализаторы логов: WebTrends, Webalizer, AWStats.	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	-	-	-	6	Коллоквиум
14	Инструментарий веб-анализа 1. Счетчики-рейтинги: Rambler's Top100, Liveinternet, Рейтинг@Mail.ru, OpenStat, HotLog. 2. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц.	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	-	-	-	6	Собеседование

	Woopra.						
15	Инструментарий веб-анализа 1. Системы интернет-статистики: Piwik, Яндекс.Метрика. 2. Системы интернет-статистики: Google Analytics.	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	2	2	-	6	Собеседование
16	CX- и UX-анализ 1. Понятия UX-дизайна и юзабилити. Паттерны поведения пользователей в web и mobile 2. Анализ поведения пользователя: UX-анализ в Google Analytics и Яндекс.Метрика	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	-	-	-	6	Коллоквиум
17	А/Б-тестирование и оптимизация конверсий 1. HADI-циклы и гипотезы. Основные понятия А/В-тестирования и правила их проведения 2. Сервис Google Optimize.	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	-	-	-	6	Собеседование
18	Расширенная digital-аналитика 1. Мультиканальность и сквозная аналитика: ROPO, desktop-mobile, CRM-аналитика. 2. Мобильная аналитика (Firebase Analytics, Flurry, AppAnnie, AppMetrica, AppsFlyer, Amplitude). Аналитика больших данных (SQL, Google bigquery, Clickhouse). Python как инструмент работы с данными.	ПК-7; ПК-9; ПК-10.	2	2	-	6	Собеседование
	ИТОГО		18	18/8	-	108	

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и

промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля). 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;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины (модуля).

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

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

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящён 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 и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

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

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС: НИЦ ИНФРАМ, 2020. - 392 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208>

2. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 368 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058467>

3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5- 534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblioonline.ru/viewer/marketingovyie-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-450531>

4. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая

корпорация «Дашков и К^о», 2019. - 294 с. - ISBN 978-5-394-03074-1. - Текст : электронный.
- URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093671>

5. Яков Осипенков. Google Analytics 4: Веб-потоки (2022); То же [Электронный ресурс]. URL:
https://osipenkov.ru/files/osipenkov_ga4book.pdf?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=a360-kniga-google-analytics-4

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1091183> Гаврилов, Л. П. Информационные технологии в коммерции : учебное пособие / Л.П. Гаврилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 369 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1085795. - ISBN 978-5-16-016187-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1085795>

2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblioonline.ru/viewer/marketingovyie-issledovaniya-teoriya-i-praktika-425174>

3. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblioonline.ru/viewer/marketing-innovaciy-452429>

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

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. — Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. — Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. — Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. — Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> — издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> — электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> — научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

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 семинарских и 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	Дисциплина «WEB аналитика в рекламе и связях с общественностью» обеспечена всеми необходимыми аппаратными и программными средствами: фототехника, видеокамера, осветительное оборудование, настольные компьютеры, ноутбуки, видеопроектор, сканер, цветные принтеры, программные продукты MicrosoftOffice 2007, AdobePhotoshopCS5, AdobeIllustratorCS5, AdobeInDesignCS5, AdobePremierePro CS5, AdobeAfterEffectsCS5 (Масс-медиа центр). Открыт свободный доступ к Интернету через университетские компьютерные классы и Научную библиотеку.
Практические занятия	Дисциплина « WEB аналитика в рекламе и связях с общественностью» обеспечена всеми необходимыми аппаратными и программными средствами: фототехника, видеокамера, осветительное оборудование, настольные компьютеры, ноутбуки, видеопроектор, сканер, цветные принтеры, программные продукты MicrosoftOffice 2007, AdobePhotoshopCS5, AdobeIllustratorCS5, AdobeInDesignCS5, AdobePremierePro CS5, AdobeAfterEffectsCS5 (Масс-медиа центр). Открыт свободный доступ к Интернету через университетские компьютерные классы и Научную библиотеку.
Самостоятельная работа	компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

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 (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.