

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

"БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

_____ Е.И.Луковникова

_____ 05 июня _____ 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.10 Цифровой HR-маркетинг

Закреплена за кафедрой **Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий**

Учебный план bs090303_23_УПвЦЭ.plx

Направление: 09.03.03 Прикладная информатика

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Виды контроля на курсах:

Зачет 3

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	3		Итого	
	уп	рп		
Лекции	2	2	2	2
Практические	2	2	2	2
В том числе инт.	2	2	2	2
В том числе в форме практ.подготовки	2	2	2	2
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	100	100	100	100
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.э.н., доц., Грудистова Е.Г. _____

Рабочая программа дисциплины

Цифровой HR-маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика (приказ Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 922)

составлена на основании учебного плана:

Направление: 09.03.03 Прикладная информатика
утвержденного приказом ректора от 17.02.2023 № 72.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Протокол от 27 апреля 2023 г. № 14

Срок действия программы: 2023-2026 уч.г.

Зав. кафедрой Вахрушева М. Ю.

Председатель МКФ

доцент, к.э.н., Грудистова Е.Г. 11 мая 2023 г. № 9

Ответственный за реализацию ОПОП _____
(подпись) (ФИО)

Директор библиотеки _____ Сотник Т.Ф.
(подпись)

№ регистрации _____
42
(методический отдел)

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2024 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2024 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2025 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2025 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2026 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2026 г. № __

Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МКФ

_____ 2027 г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры
Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

Внесены изменения/дополнения (Приложение _____)

Протокол от _____ 2027 г. № __

Зав. кафедрой _____

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Получение обучающимися теоретических знаний и практических навыков исследования маркетинговой среды
1.2	организации в условиях цифровой экономики, выявления проблем функционирования рынка труда, разработки стратегии организации и программ в области HR-маркетинга и оценки ее эффективности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.10
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Технологии сбора и обработки информации	
2.1.2	Управление мотивацией персонала в условиях цифровой экономики	
2.1.3	Управление персоналом организации в цифровой экономике	
2.1.4	Коммуникации в цифровой среде	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Маркетинг информационных услуг	
2.2.2	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.3	Оценка и развитие персонала в цифровой экономике	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-7: Способен к управлению эффективностью работы персонала**

Индикатор 1	ПК-7.2. Способен выявлять направления роста эффективности работы персонала при выполнении работ по созданию и сопровождению ИС
Индикатор 1	ПК-7.3. Владеет навыками оценки работы персонала при выполнении работ по созданию и сопровождению ИС

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	Типы стратегий и задач в области персонала, решаемых с помощью технологий цифрового HR маркетинга; виды и особенности применения различных инструментов цифрового HR маркетинга; систему управления цифровым HR маркетингом; содержание внешней среды организации; сущность кадровой политики и ее особенности в цифровой среде.
3.2	Уметь:
3.2.1	Осуществлять планирование потребности в персонале; разрабатывать стратегии привлечения персонала в организацию на основе технологий цифрового HR маркетинга; собирать и анализировать информацию о состоянии рынка труда; оценивать конкурентоспособность организации на рынке труда.
3.3	Владеть:
3.3.1	Методами разработки и реализации маркетинговых программ в области управления персоналом на основе цифровых технологий; навыками разработки стратегии цифрового HR маркетинга и выбора каналов цифровых коммуникаций для выполнения задач маркетинговой стратегии в области персонала; навыками создания системы анализа эффективности мероприятий цифрового HR маркетинга; навыками маркетингового контроля работы персонала в цифровой среде.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Вид занятия	Наименование разделов и тем	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел	Раздел 1. Маркетинговые концепции управления персоналом						
1.1	Лек	Современные тенденции в управлении персоналом	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,1	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3
1.2	Лек	Понятийный аппарат HR-маркетинга	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,1	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3

1.3	Лек	Концепции HR-маркетинга	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,1	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3
1.4	Лек	Функции HR-маркетинга в условиях цифровой экономики	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,1	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3
1.5	Лек	Внутренний и внешний HR-маркетинг	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,1	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3
1.6	Пр	Маркетинговые концепции управления персоналом	3	0,5	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,25	Дискуссия, ПК-7.2, ПК-7.3
1.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	3	32	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
1.8	Зачёт	Подготовка к зачету	3	1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел	Раздел 2. Инструментарий цифрового HR-маркетинга						
2.1	Лек	Маркетинговые исследования рынка труда	3	0,2	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,2	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3
2.2	Лек	Информационное обеспечение области персонала	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,1	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3
2.3	Лек	Сегментирование рынка труда	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,1	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3
2.4	Лек	Конкурентоспособность и жизненный цикл товара на рынке труда	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,1	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3
2.5	Лек	Источники и проблемы найма персонала	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	ПК-7.2, ПК-7.3
2.6	Лек	Деловая оценка и отбор персонала	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	ПК-7.2, ПК-7.3
2.7	Лек	Подбор, обучение и развитие персонала	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	ПК-7.2, ПК-7.3
2.8	Лек	Аттестация персонала	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	ПК-7.2, ПК-7.3
2.9	Пр	Инструментарий цифрового HR-маркетинга	3	0,75	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,25	Дискуссия, ПК-7.2, ПК-7.3
2.10	Ср	Подготовка к практическим занятиям	3	32	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
2.11	Зачёт	Подготовка к зачету	3	1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел	Раздел 3. Управление HR-маркетингом в цифровой среде						

3.1	Лек	Формирование имиджа работодателя	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	ПК-7.2, ПК-7.3
3.2	Лек	Комплекс цифрового HR-маркетинга	3	0,2	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	ПК-7.2, ПК-7.3
3.3	Лек	Цифровой маркетинг социальных сетей	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	ПК-7.2, ПК-7.3
3.4	Лек	Коммуникационные цифровые стратегии HR-маркетинга	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	ПК-7.2, ПК-7.3
3.5	Лек	Эффективность стратегий цифрового HR-маркетинга	3	0,1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	ПК-7.2, ПК-7.3
3.6	Пр	Управление цифровым HR-маркетингом	3	0,75	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,5	Работа в малых группах, ПК-7.1, ПК-7.2
3.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	3	36	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
3.8	Зачёт	Подготовка к зачету	3	2	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технология коллективного взаимодействия (работа в малых группах) (самостоятельное изучение обучающимися нового материала посредством сотрудничества в малых группах, дает возможность всем участникам участвовать в работе, практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения)

Образовательные технологии с использованием интерактивных методов обучения (круглый стол (дискуссия))

Образовательные технологии с использованием активных методов обучения (лекция-визуализация)

Традиционная (репродуктивная) технология (преподаватель знакомит обучающихся с порядком выполнения задания, наблюдает за выполнением и при необходимости корректирует работу обучающихся)

Технология дистанционного обучения (получение образовательных услуг без посещения университета, с помощью современных систем телекоммуникации (электронная почта, Интернет и др.))

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

6.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы для собеседования по практическим занятиям:

Раздел 1. Маркетинговые концепции управления персоналом

1. Каковы особенности современного подхода к управлению персоналом?
2. В чем причины развития цифрового маркетинга персонала?
3. Что представляет собой маркетинговая концепция управления персоналом?
4. Какие функции реализует цифровой маркетинг персонала?
5. Какое место занимает маркетинг персонала в общей политике организации?
6. Какие цели преследует цифровой маркетинг персонала?
7. На кого направлен внутренний маркетинг персонала и на кого – внешний?
8. Какие этапы маркетинговой деятельности в области маркетинга персонала можно выделить?

Раздел 2. Инструментарий HR-маркетинга

1. Что такое маркетинговое исследование и какова цель его проведения?
2. Какова структура маркетинговых исследований рынка труда?
3. Где и как используются результаты маркетингового исследования?
4. Какие методы используются для сбора информации о состоянии рынка труда?
5. Какие требования предъявляются к маркетинговой информации?
6. Какие направления маркетинговых исследований рынка труда Вам известны?
7. В чем особенности стратегического планирования потребности в персонале?
8. Перечислите количественные и качественные критерии потребности в персонале.
9. Какие существуют источники и пути покрытия потребности в персонале? В каких случаях они эффективны?
10. За счет чего можно обеспечить конкурентоспособность товара на рынке труда?

11. В чем сущность концепции жизненного цикла товара "рабочая сила"?
12. Что такое сегмент рынка?
13. С какой целью и по каким критериям производится сегментирование рынка труда?
14. Какие параметры используют для оценки привлекательности сегмента?
15. Какие стратегии охвата рынка труда существуют и когда их применение оправдано?
16. Какие существуют методы деловой оценки персонала?
17. Какие технологии подбора персонала Вам известны?
18. С какой целью и какими методами осуществляется обучение персонала?
19. Что подразумевается под развитием персонала?
20. Перечислите подходы к аттестации персонала.

Раздел 3. Управление HR-маркетингом в цифровой среде

1. Понятие имиджа работодателя и подходы к его формированию
2. Состав комплекса цифрового HR-маркетинга
3. Особенности цифрового маркетинга социальных сетей
4. Коммуникационные стратегии в цифровом маркетинге
5. Подходы к оценке эффективности стратегий цифрового HR-маркетинга.

Перечень тем для дискуссии:

1. Маркетинг – философия и методология современного предпринимательства
2. Использование маркетинговых принципов в управлении персоналом
3. Состав маркетинговой среды организации
4. Влияние факторов маркетинговой среды на результаты деятельности организации
5. Сегментирование рынка – цели, принципы сегментирования и критерии выбора целевых сегментов
6. Формирование конкурентных преимуществ организации на основе сегментации рынка труда

Тема группового творческого задания:

Маркетинговая деятельность в области персонала в цифровом формате на примере конкретной организации (вид организации - по выбору обучающегося)

6.2. Темы письменных работ

Не предусмотрено

6.3. Фонд оценочных средств

Вопросы к зачету:

- 1.1. Современные тенденции в управлении персоналом
- 1.2. Основные понятия HR-маркетинга
- 1.3. Концепции HR-маркетинга
- 1.4. Функции HR-маркетинга в цифровой экономике
- 1.5. Среда организации
- 1.6. Внутренний и внешний HR-маркетинг
- 2.1. Система маркетинговой информации
- 2.2. Методы сбора маркетинговой информации
- 2.3. Процесс маркетинговых исследований рынка труда
- 2.4. Сегментирование рынка труда
- 2.5. Планирование потребности в персонале
- 2.6. Источники и пути покрытия потребности в персонале
- 2.7. Конкурентоспособность и жизненный цикл товара на рынке труда
- 2.8. Деловая оценка и отбор персонала
- 2.9. Подбор и обучение персонала
- 2.10. Развитие персонала
- 2.11. Аттестация персонала
- 3.1. Имидж организации-работодателя
- 3.2. Формирование конкурентных преимуществ организации на рынке труда
- 3.3. Комплекс цифрового HR-маркетинга
- 3.4. Цифровой HR-маркетинг социальных сетей
- 3.5. Коммуникационные цифровые стратегии HR-маркетинга
- 3.6. Эффективность цифрового HR-маркетинга

6.4. Перечень видов оценочных средств

Вопросы для собеседования; темы для дискуссии; тема группового творческого задания; вопросы к зачету.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Рекомендуемая литература

7.1.1. Основная литература

Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
---------	----------	---------------	--------	-----------

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л1.1 1	Цахаев Р. К., Мургузалиев а Т. В.	Маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2021	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684283
Л1.1 2	Патласов О. Ю.	Маркетинг персонала: учебник	Москва: Дашков и К°, 2021	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684329
Л1.1 3	Карташов С. А., Конобеева А. Б., Гурцкой Д. А., Самраилова Е. К., Тохтиева Л. Н., Шапиро С. А.	Современные аспекты маркетинга персонала: учебник	Москва: Директ -Медиа, 2022	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694511

7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Кол-во	Эл. адрес
Л1.2. 1	Шапиро С. А., Самраилова Е. К.	Практикум по дисциплине «Маркетинг персонала»: учебное пособие	Москва Берлин: Директ-Медиа, 2020	1	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571001
Л1.2. 2	Каргина Л. А.	Цифровая экономика: учебник	Москва: Прометей, 2020	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612054
Л1.2. 3	Сафронова Н. Б.	Маркетинговые исследования: учебное пособие	Москва: Дашков и К°, 2022	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684403

7.3.1 Перечень программного обеспечения

7.3.1.1	Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN No Level
7.3.1.2	Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level

7.3.2 Перечень информационных справочных систем

7.3.2.1	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
7.3.2.2	Издательство "Лань" электронно-библиотечная система
7.3.2.3	«Университетская библиотека online»
7.3.2.4	Электронный каталог библиотеки БрГУ
7.3.2.5	Электронная библиотека БрГУ
7.3.2.6	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"
7.3.2.7	Национальная электронная библиотека НЭБ

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Аудитория	Назначение	Оснащение аудитории	Вид занятия
3217	Учебная аудитория (мультимедийный класс)	Основное оборудование: - интерактивная доска SMART Board 680i2/Unifl, - интерактивный планшет Wacom PL-720, - колонки Microlab Solo-7C, - ноутбук Samsung R610<NP-R610-FS08>, - телевизор плазменный Samsung 63 PS-63A756T1M. Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест) – 42 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.	Лек
3236	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - системный блок AMD A10-7800 Radeon R7 (12 шт.), - системный блок для слабовидящих пользователей AMD A10-7850K (1 шт.), - монитор Philips233 V5QHABP (13 шт.). Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 26/12 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.; - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) для оператора – 1/1 шт.	Пр
3234	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - ПК AMD 3.9 GHz 4GbDVD 19 KbMs (13 шт.).	Пр

		Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 24/12 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.; - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) для оператора – 1/1 шт.	
3101	Учебная аудитория (дисплейный класс)	Основное оборудование: - системный блок CPU 4000.2*512MB (9 шт.), - монитор TFT 17" LG L1753S-SF Silver (9 шт.). Дополнительно: - маркерная доска – 1 шт. Учебная мебель: - комплект мебели (посадочных мест/АРМ) – 20/9 шт.; - комплект мебели (посадочных мест) для преподавателя – 1 шт.;	Пр
2201	читальный зал №1	Комплект мебели (посадочных мест) Стеллажи Комплект мебели (посадочных мест) для библиотекаря Выставочные шкафы ПК i5-2500/H67/4Gb (монитор TFT19 Samsung) (10шт.); принтер HP Laser Jet P2055D (1шт.)	Ср

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Изучение курса «Цифровой HR-маркетинг» предполагает равномерный режим работы и ритмичный ее характер. Так, проработка лекционного материала осуществляется в течение семестра. При этом необходимо написание конспекта лекций, изучение основных терминов и понятий. В ходе проведения практических занятий производится обобщение, систематизация, углубление и конкретизация полученных теоретических знаний, выработка способности и готовности их использования на практике. При подготовке к ним требуется проработка основной и дополнительной литературы, терминов, сведений, являющихся основополагающими в теме/разделе, а также выполнение заданий, необходимых для участия в интерактивной, активной и инновационных формах обучения по исследуемым вопросам. Другой частью самостоятельной работы обучающихся является подготовка к зачету. При этом необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и использовать ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».