

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 bz090303_23_УПвЦЭ.plx

Направление: 09.03.03 Прикладная информатика

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Виды контроля на курсах:

Зачет 5

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс Вид занятий	5		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
В том числе инт.	4	4	4	4
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8	8	8	8
Сам. работа	96	96	96	96
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: 2023-2028 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 _____ Вахрушева М.Ю.
(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	Коммуникации в цифровой среде	
2.1.4	Управление персоналом организации в цифровой экономике	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.2	Маркетинг информационных услуг	
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	5	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
1.2	Лек	Понятийный аппарат HR-маркетинга	5	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

1.3	Лек	Концепции HR-маркетинга	5	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
1.4	Лек	Функции HR-маркетинга в условиях цифровой экономики	5	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
1.5	Лек	Внутренний и внешний HR-маркетинг	5	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
1.6	Пр	Маркетинговые концепции управления персоналом	5	1	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,5	Дискуссия, ПК-7.2, ПК-7.3
1.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	5	30	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
1.8	Зачёт	Подготовка к зачету	5	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	5	0,4	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,4	Лекция-визуализация, ПК-7.2, ПК-7.3
2.2	Лек	Информационное обеспечение области персонала	5	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
2.3	Лек	Сегментирование рынка труда	5	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
2.4	Лек	Конкурентоспособность и жизненный цикл товара на рынке труда	5	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
2.5	Лек	Источники и проблемы найма персонала	5	0,2	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	5	0,2	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	5	0,2	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	5	0,2	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	5	1,5	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0,5	Дискуссия, ПК-7.2, ПК-7.3
2.10	Ср	Подготовка к практическим занятиям	5	30	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
2.11	Зачёт	Подготовка к зачету	5	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	5	0,2	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	5	0,4	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	5	0,2	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	5	0,2	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	5	0,2	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	5	1,5	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	1	Работа в малых группах, ПК-7.1, ПК-7.2
3.7	Ср	Подготовка к практическим занятиям	5	36	ПК-7	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
3.8	Зачёт	Подготовка к зачету	5	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	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. 2	Патласов О. Ю.	Маркетинг персонала: учебник	Москва: Дашков и К°, 2021	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684329
Л1. 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
Л2. 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
Л2. 2	Каргина Л. А.	Цифровая экономика: учебник	Москва: Прометей, 2020	1	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612054
Л2. 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	Национальная электронная библиотека НЭБ
7.3.2.2	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"
7.3.2.3	Электронная библиотека БрГУ
7.3.2.4	Электронный каталог библиотеки БрГУ
7.3.2.5	«Университетская библиотека online»
7.3.2.6	Издательство "Лань" электронно-библиотечная система
7.3.2.7	Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

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».