Приложение 4
к образовательной программе
38.04.01 «Экономика и управление проектами»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.08.01 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией»
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.01 Экономика

(код, наименование направления подготовки)

Экономика и управление проектами

(наименование образовательной программы)

очная, заочная

(форма обучения)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 7EA87949AEF3929182CB76EC6B77ADA6
Владелец: Арсенян Арташес Завенович
Действителен: с 03.02.2026 до 29.04.2027

Год набора – 2025
Красногорск

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Лукашин Михаил Иванович, старший преподаватель кафедры социально-экономических дисциплин, математики и информатики, факультета экономики и менеджмента, Московский областной филиал.

Заведующий кафедрой:
Бутузова Лариса Леонидовна, к. э. н., зав. кафедрой социально-экономических дисциплин, математики и информатики факультета экономики и менеджмента, Московской областной филиал.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» одобрена на заседании кафедры социально-экономических дисциплин, математики и информатики факультета экономики и менеджмента, Московского областного филиала

Протокол № 1 от «30» августа 2024 г.,
с изменениями от «15» апреля 2026 г., протокол № 8

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы . **Ошибка! Закладка не определена.**

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы 6

3. Содержание и структура дисциплины (модуля) 7

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания 11

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам ..144

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине 21

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля) 49

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....50

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 52

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.08.01 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенций	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
1	2	3	4	5	6
Разработка и реализация риск-ориентированного подхода к управлению в организациях[1] Реализация инвестиционного проекта[2]	УК – 4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК 4 – 4/1	Освоение компетенций по составлению, переводу с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный, а также редактированию различных академических текстов (рефераты, эссе, обзоры, статьи	*УК-4.1.* *З-1* ***Знает:*** *коммуникационные модели в рамках реализации инвестиционного проекта* *УК-4.1.* *У-1* ***Умеет:*** *разрабатывать и проводить презентации инвестиционного проекта, управлять цифровой репутацией проекта*

[1] Профессиональный стандарт «Специалист по управлению рисками» Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 18 апреля 2025 г. N 264н

[2] Профессиональный стандарт «Специалист по работе с инвестиционными проектами» Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 23 сентября 2024 г. N 497н

				и т.д.), в т.ч. на иностранном языке	
	УК – 5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК – 5/2	формирование компетенций в сферах межкультурного взаимодействия и создания недискримина-ционной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач	*УК-5.2.* *З-1* ***Знает:*** *особенности и принципы межкультурного взаимодействия* *УК-5.2.* *У-1* ***Умеет:*** *учитывать разнообразие культур при межкультурном взаимодействии*
	УК – 6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы её совершенствования на основе самооценки	УК – 6/2	освоение компетенций и знание правовых основ предпринимательской деятельности, направленных на реализацию приоритетов собственной деятельности	*УК-6.2.* *З-1* ***Знает:*** *категории и методы реализации приоритетов собственной деятельности* *УК-6.2.* *У-1* ***Умеет:*** *определять приоритеты собственной деятельности*

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина полностью осваивается в системе дистанционного обучения (далее – СДО).

Объем дисциплины:

1 зачётная единица (36 ак. часа). В целях планирования, при расчете структуры дисциплины применены академические часы (ак.ч.).

Количество академических часов, выделенных на самостоятельную работу обучающихся по ЭК – 32 ак.ч.

Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина реализуется на первом курсе в 1-м семестре.

Данная дисциплина реализуется полностью с применением электронного обучения. Материалы дисциплины размещены по адресу https://lms.ranepa.ru. Пароль и логин к личному кабинету / профилю / учетной записи предоставляется обучающемуся в деканате.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная/заочнаяя форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час												Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий									Самостоятельная работа			
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)						
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Каттэк	Контроль	СРкр	СРэк	СР	
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1.	Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные	2					0	0	0	0		0	0	2	Тестирование
Тема 2.	Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки	2					0	0	0	0		0	0	2	Тестирование
Тема 3.	Графическое представление табличных данных	2					0	0	0	0		0	0	2	Тестирование
Тема 4.	Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности	2												2	
Тема 5.	Введение в управление цифровой репутацией	2					0	0	0	0		0	0	2	Тестирование
Тема 6.	Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций	2												2	Тестирование
Тема 7.	Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)	2												2	Тестирование
Тема 8.	Виртуальная и дополненная реальность	2												2	Тестирование
Тема 9.	Гибкие методологии управления проектами	2												2	Тестирование
Тема 10.	Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?	2												2	Тестирование

Тема 11.	Что такое цифровая репутация	2											2	Тестирование
Тема 12.	Целевая аудитория в сети	2											2	Тестирование
Тема 13.	Стратегия управления цифровой репутацией	2											2	Тестирование
Тема 14.	Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих	2											2	Тестирование
Тема 15.	Управление конфликтами в социальных сетях	4											4	Тестирование
Промежуточная аттестация		4		0			0	0	0	4	0	0	0	Зачет
Итого		**36**		**0**			**0**	**0**	**0**	**4**	**0**	**0**	**32**	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные

Общий обзор методов и технологий искусственного интеллекта. Далее в следующих видео я расскажу про машинное обучение, про гибридную парадигму построения искусственных интеллектуальных систем, про то, где можно использовать искусственный интеллект уже сегодня, про его применение в различных сферах жизни, а в последней лекции мы изучим некоторые мифы и факты об искусственном интеллекте.

Тема 2. Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки

Цифровая экономика: обзор базовых понятий, концепций, ключевые составляющие цифровой экономики, ее важность для РФ. Способы реализации. Основные технологии.

Основные цифровые платформы, роль государства: трансформация продаж и услуг в цифровых платформах. Технология 5G: особенности и преимущества использования.

Тема 3. Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили

Технологическое лидерство, цифровизация экономики, основные платформы. Большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект. Системы распределенного реестра, квантовые технологии. Промышленный интернет вещей, компоненты робототехники и сенсорики. Технологии виртуальной и дополнительной реальностей.

Тема 4. Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности

Стандарты в области информационной безопасности. Триада информационной безопасности. Риски информационной безопасности. Развитие систем информационной безопасности. Технические средства защиты. Системы защиты облачных сервисов и электронной почты. Защита дополнительных корпоративных сервисов. Средства защиты системы контроля доступа пользователя. Системы контроля доступа устройств к сети. Репутационные сервисы и SIEM-системы. IT-активы, управление паролями. Рекомендации по личной безопасности в интернете.

Тема 5. Введение в управление цифровой репутацией

Понятие цифровой репутации, управление цифровой репутацией. Правила создания цифровой репутации, выполнение практических заданий по формированию цифровой репутации.

Тема 6. Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций

Экономические процессы, сопровождающие первую и вторую квантовые революции. Понятия волновой и квантовой оптики. Квантовая криптография. Особенности реализации квантового компьютера. Использование квантовой криптографии в цифровой экономике.

Тема 7. Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты).

Понятие блокчейна, их разновидность. Устройство, формирование, реализация технологии блокчейна. Криптовалюта как основное применение блокчейна. Обзор Топ-5 криптовалют по капитализации. Смарт-контракты. Где можно использовать блокчейн уже сегодня.

Тема 8. Виртуальная и дополненная реальность

Обзор возможностей и различий AR и VR-технологий. Использование VR-технологии. Кейсы с использованием AR-технологии. Как создаются VR и AR-проекты. Способы дистрибуции проектов и перспективы развития технологий.

Тема 9. Гибкие методологии управления проектами

Гибкие методологии разработки ПО. Методология Scrum. Экстремальное программирование. Бережливое производство. Методология Канбан.

Тема 10. Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?

Мобильные приложения. Проектирование интерфейсов мобильных приложений. Разработка мобильных приложений. Монетизация и мобильная аналитика. Продвижение мобильных приложений.

Тема 11. Что такое цифровая репутация

Понятие «репутация». Репутация человека и репутация объекта или профессии. Кто создает репутацию.

В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация. Сетевой этикет. Определение цифровой репутации. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению первого раздела «Карты цифровой репутации».

Составляющие цифровой репутации. Цифровой след + цифровая тень = цифровое облако.

Как определить хорошую или плохую цифровую репутацию. Это зависит от вашего цифрового окружения. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению второго раздела «Карты цифровой репутации».

Тема 12. Целевая аудитория в сети

Понятие сетевой целевой аудитории. Определение. Универсальная методика по сегментации целевой аудитории в сети 5G. Поиск и анализ текущей аудитории в сети – это точка отсчета для выстраивания стратегии по управлению вашей цифровой репутацией. Рекомендации по выполнению практического задания – заполнение следующего раздела Карты цифровой репутации.

Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории. В чем различие аудиторий на различных сетевых площадках. Корреляция с тональностью – хорошая\плохая репутация. Рекомендации по выполнению практического задания «флеш-моб аватарок: Как меня видят в Сети».

Два пути управления сетевой целевой аудиторией: прямой и косвенный. Прямой путь – стать лидером мнений.

Косвенный путь – как управлять «чужой» сетевой аудиторией. Прямой и косвенный пути управления аудиторией не исключают друг друга, но каждый из них имеет свои достоинства и недостатки. Однако в обоих случаях наработка доверия у аудитории как основы вашей цифровой репутации – это долгосрочный процесс. Рекомендации по выполнению практического задания – заполняем финальный раздел Карты цифровой репутации.

Тема 13. Целевая аудитория в сети

Для каких целей вы хотите управлять вашей цифровой репутацией? Формируете вы репутация в Сети как капитал или как резюме. Эти два направления не исключают друг друга, но от выбора приоритетов зависит ваша стратегия по управлению ЦР.

Определение репутационного капитала, его роль в современной экономике. Шеринг-экономика и взаимосвязь цифровой репутации и успеха в бизнесе.

Цифровые портреты как инструмент подбора кадров. Как формируются цифровые портреты. Цифровые портреты как основа социальных рейтингов государства.

Алгоритм управления цифровой репутацией основан на четырех основных этапах: мониторинг, работа с негативом и работа с позитивом, SERM. Организация мониторинга – ручного или автоматизированного в соответствии с целями и задачами управления ЦР.

Работа с негативом. Две основные тактики – удаление и выдавливание при управлении информацией на собственных сетевых площадках.

Работа с негативом на «чужих» сетевых площадках предполагает большее разнообразие тактических приемов. Боты и проблемы с их распознаванием.

Тактики работы с позитивом: создание уникального контента, размещение контента в Сети, расширение сетевой целевой аудитории. Основные трудности работы с контентом.

Управление репутацией в поисковой выдаче. Оценка результатов SERM, острова контента, заказ контекстной рекламы. Нужны ли вам услуги SERM-специалистов – критерии оценки.
Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой репутацией. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга.
Понимание критериев оценки тех или иных видов работ, связанных с репутацией. На каждом этапе у вас должно сложиться понимание – сколько времени занимает тот или иной
вид работы, как оценивается эффективность выполнения, какие результаты должны быть получены, сколько специалистов примерно надо привлечь к выполнению конкретно ваших целей. Рекомендации по выполнению практического задания к разделу – «Стратегия управления цифровой репутацией».

Тема 14. Стратегия управления цифровой репутацией

Нормативное регулирование деятельности госслужащих в сети. Обзор законодательства. Ответственность за утаивание сведений об активности в сети.
Рекомендации по поведению в сети. Правила поведения в сети, включая личные страницы.
Что значит управлять репутацией в сети. Как работать с системой мониторинга. Как разработать стратегию управления цифровой репутации. Как поставить KPI для оценки эффективности работы с цифровой репутацией. Что делать с конфликтами в сети. Что делать, если я хочу узнать больше.

Тема 15. Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих

Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия. В чем отличия. Рекомендации по выполнению практического задания «Кейс: Косметический бренд Lime Crime».
Рекомендации по решению конфликт в Сети прямого участия. Что делать нельзя, что желательно, что рекомендуется. Рекомендации по выполнению практического задания на примере кейса «Увольнение Галины Паниной».
Рекомендации по решению конфликта в Сети косвенного участия. Различные тактики реагирования во взаимосвязи с поставленными целями управления ЦР. ЦР для вас резюме или капитал.
Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети. Рекомендации по выполнению практического задания «Личный опыт сетевого конфликта».
Кибербуллинг как новое явление Интернет-пространства: причины. Понятие. Темпы распространения. Последствия для жертвы. Методы предупреждения/борьбы. Почему нельзя участвовать, как это отражается на цифровой репутации.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДВ.08.01 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1.Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	**Традиционная система**	**Бинарная система**	**ECTS**	
			Для традиционной системы	**Для бинарной системы**
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.08.01 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам): тестирование, практическое задание.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Типовые оценочные материалы по теме 1: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:
Методы и технологии искусственного интеллекта.
Машинное обучение.
Гибридная парадигма построения искусственных интеллектуальных систем.
Особенности цифровизации экономических процессов.
Роль государства в использовании цифровых платформ.

Типовые оценочные материалы по теме 2: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:
Реализация продаж с использованием сетевых информационных технологий.
Виды цифровых платформ. Общая характеристика операций блокчейна.
Понятие криптовалют.
Виртуализация экономических процессов.
Стандарты обеспечения информационной безопасности.

Типовые оценочные материалы по теме 3: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты?

1) Проверить самостоятельно
2) Проверить у специалистов
3) Посмотреть отчет независимой испытательной лаборатории
4) Проверить наличие сертификата РСТ

Типовые оценочные материалы по теме 4: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Какие инструменты для повышения безопасности паролей рекомендуется использовать?

1) Программы управления паролями
2) Анализаторы исходного кода
3) Межсетевые экраны
4) “Песочница”

Типовые оценочные материалы по теме 5: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Какое из положений верно для принципа итеративности:

1) С самого начала точно известно время разработки продукта и его стоимость
2) Разработка ведется короткими итерациями при наличии активной взаимосвязи с заказчиком
3) Соблюдения юридических договоренностей является первоочередным условием выполнения работ
4) Пользовательские истории не являются начальной информацией, на основании которой создается модуль

Типовые оценочные материалы по теме 6: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:

1. Что такое новые финансовые структуры и при чем здесь цифровая репутация?
2. Почему во вселенной Стартрека отсутствуют деньги?
3. Что такое сетевая революция?
4. Назовите три закона роботехники для банковских роботов?
5. Эволюция цифровой эпохи: перечислите все этапы? В чем их различие.
6. Зачем мне рекомендовали к прочтению в данном курсе книгу, посвященную финтеху?
7. Как влияет развитие информационных технологий на рынки труда и профессиональные навыки?
8. Каковы кардинальные и системные изменения, которые вносят в нашу жизнь инновации в информационных технологиях?
9. Что такое Интернет вещей и экономика совместного потребления
10. Почему современному человеку невозможно уйти из Сети?

Типовые оценочные материалы по теме 7: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:

1. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация?
2. Как мы определяем «плохую» или «хорошую» цифровую репутацию?
3. Является ли выбранная Вами профессия сферой повышенных репутационных рисков? Если да, то почему?

4. Какие профессии не несут повышенных репутационных рисков? Назовите несколько. Объясните почему?

5. Соответствуете ли вы мнению окружающих о вас?
6. Есть ли у вас план, как управлять мнением окружающих о вас?
7. Есть ли у вас свой стиль\образ\бренд?
8. Что вредит тому образу, который сложился у окружающих о вас?
9. Что способствует хорошему мнению окружающих о вас?
10. Помогает ли вам мнение окружающих добиваться поставленных целей?

Типовые оценочные материалы по теме 8: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:
Виды сетевых конфликтов.
Конфликты прямого и косвенного участия.
В чем отличия.

Типовые оценочные материалы по теме 9: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:
Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети.

Типовые оценочные материалы по теме 10: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:
Кибербуллинг как новое явление Интернет-пространства: причины.
Понятие.
Темпы распространения.
Последствия для жертвы.
Методы предупреждения/борьбы.
Почему нельзя участвовать, как это отражается на цифровой репутации.

Типовые оценочные материалы по теме 11: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:
Что значит управлять репутацией в сети. Как работать с системой мониторинга.
Как разработать стратегию управления цифровой репутации.
Как поставить KPI для оценки эффективности работы с цифровой репутацией.
Что делать с конфликтами в сети. Что делать, если я хочу узнать больше.

Типовые оценочные материалы по теме 12: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:
Оценка по шкале от 1 до 10 объема личных данных
Сетевое размещение данных
Какой объем данных достаточен для личной идентификации
Выявление персональных данных

Типовые оценочные материалы по теме 13: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:

1. Совершили ошибку в Сети, которая спровоцировала сетевой скандал. Что будете делать?

2. Почему нежелательно публиковать в открытом доступе свой обычный распорядок дня?

3. Почему не стоит ставить геотеги под фотографиями своей семьи? Чем это грозит?

4. Не удержались и оказались вовлечены в дискуссию в /Сети на острую религиозную тему - как избежать сетевого конфликта?

5. Вы всегда проверяете, что вышли из своих учетных записей на чужих компьютерах?

Типовые оценочные материалы по теме 14: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:

1. Каких тем, кроме религии и политики, следует избегать в Сети, чтобы не провоцировать сетевые конфликты? Почему?

2. Что вы знаете о защите данных на своем смартфоне? Как часто обновляете программы защиты данных на своих цифровых устройствах?

3. Ваш аккаунт взломали и требуют деньги, иначе разместят в публичном доступе ваши интимные фотографии. Что будете делать?

4. Всегда ли время реагирования – это ключевой фактор при урегулировании сетевого конфликта?

5. Почему Эрик Куалман сформулировал именно 36 правил цифровой безопасности?

Типовые оценочные материалы по теме 15: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Тест, содержащий вопросы по тематике:

«Кибербуллинг»
Поиск конкретной информации в Сети
Описание и анализ информации.
Обозначение темы конфликта, предистория, отслеживание развития конфликта.
Прогнозирование действий.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,2	20
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,2	20
Итого:	х	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ Х

Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ-1
(включает в себя 1-9 темы)

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Типовые оценочные материалы по теме 1: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты?

1) Проверить самостоятельно
2) Проверить у специалистов
3) Посмотреть отчет независимой испытательной лаборатории
4) Проверить наличие сертификата РСТ

Типовые оценочные материалы по теме 2: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Какие категории нарушителей наиболее актуальны при подключении домашнего компьютера проводом к сети Интернет через маршрутизатор провайдера?

Соседи
Внутренние нарушители
Спецслужбы
Внешние нарушители

Типовые оценочные материалы по теме 3: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Какие инструменты для повышения безопасности паролей рекомендуется использовать?

1) Программы управления паролями
2) Анализаторы исходного кода
3) Межсетевые экраны
4) “Песочница”

Типовые оценочные материалы по теме 4: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Канбан был изобретен:

1) В Корее
2) В Китае
3) В США
4) В Японии

Типовые оценочные материалы по теме 5: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Какое из положений верно для принципа итеративности:

1) С самого начала точно известно время разработки продукта и его стоимость
2) Разработка ведется короткими итерациями при наличии активной взаимосвязи с заказчиком
3) Соблюдения юридических договоренностей является первоочередным условием выполнения работ

4) Пользовательские истории не являются начальной информацией, на основании которой создается модуль

Типовые оценочные материалы по теме 6: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Парное программирование — это:

1) Программисты соревнуются друг с другом в скорости выполнения задачи
2) Два программиста вместе создают код на одном общем рабочем месте
3) Один программист заменяет другого при необходимости
4) Программисты совершают одинаковые действия на разных рабочих местах

Типовые оценочные материалы по теме 7: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Насколько быстро возможно взломать незащищенную и подключенную напрямую к сети Интернет информационную систему?

1) Взломать можно мгновенно
2) Взломать в принципе невозможно
3) Информационная система испытает атаки практически мгновенно и будет взломана в течение нескольких часов
4) Информационная система испытает взломы мгновенно, из них будет выбран наиболее подходящий

Типовые оценочные материалы по теме 8: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Как называется процедура проверки подлинности?

1) Дактилоскопия
2) Аутентификация
3) Шифрование
4) Идентификация

Типовые оценочные материалы по теме 9: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Назовите основополагающие элементы в структуре Scrum:

1) Согласование
2) Роли
3) Практики
4) Юридическая документация
5) Артефакты

КТ-2

(включает в себя 10-14 темы)

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Типовые оценочные материалы по теме 10: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

К целям экстремального программирования относят:

1) Удовлетворение потребности пользователей
2) Выявление уровня квалификации команды разработчиков
3) Повышение доверия заказчика
4) Увеличение сроков разработки продукта

Типовые оценочные материалы по теме 11: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Верно ли утверждение, что основные составляющие стратегии цифровой репутации одинаковы как для крупного бизнеса, так и для обычного пользователя Сети?
А. Верно
Б. Неверно

Типовые оценочные материалы по теме 12: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Как распознать, что против бизнеса или персоны началась информационная атака?
А. на ваших площадках стали появляться негативные отзывы
Б. количество негатива в регулярных мониторингах упоминания вашего бизнеса или персоны превышает среднестатистические показатели на 15-20%
В. в течение пары часов на различных сетевых площадках появилось несколько десятков негативных упоминаний вашего бизнеса или персоны
Г. произошел резкий отток подписчиков и друзей с ваших сетевых площадок

Типовые оценочные материалы по теме 13: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?
А. меньше 50 пользователей
Б. больше тысячи пользователей
В. больше нескольких тысяч пользователей
Д. 92,8 миллионов пользователей Рунета
Г. 4,5 миллиарда пользователей Сети

Типовые оценочные материалы по теме 14: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:
А. Видеоотзывы или видеообращения
Б. Информация с указанием авторства и ссылками на заслуживающие доверия источники
В. Много хороших текстовых отзывов на разных площадках с именем автора или ссылкой на его профиль в сети
Г. Качественные фотографии с хорошей обработкой
Д. Все вышеперечисленное
Г. Ничего из вышеперечисленного, только личные рекомендации френдов

КТ-3
(включает в себя 15 тему)

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Типовые оценочные материалы по теме 15: УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Что такое целевая аудитория в Сети?
А. это аудитория потенциальных потребителей информации о конкретном цифровом объекте или субъекте
Б. это ближайший круг вашего сетевого общения, ограниченный теми пользователями, которые знают вас в реальной жизни

В. это аудитория форумов, групп в соцсетях и других сетевых площадок, где вы появляетесь чаще всего

6.Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится в письменной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет с вариантами задач. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей решения задач, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Тема 1. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Методы и технологии искусственного интеллекта.
2. Машинное обучение.
3. Гибридная парадигма построения искусственных интеллектуальных систем.
4. Особенности цифровизации экономических процессов.

Вопросы комбинированного типа

Вопрос №1.

Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты?

1) Проверить самостоятельно
2) Проверить у специалистов
3) Посмотреть отчет независимой испытательной лаборатории
4) Проверить наличие сертификата РСТ

Вопрос №2.

Какие категории нарушителей наиболее актуальны при подключении домашнего компьютера проводом к сети Интернет через маршрутизатор провайдера?

Соседи
Внутренние нарушители
Спецслужбы
Внешние нарушители

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Какие инструменты для повышения безопасности паролей рекомендуется использовать?

1) Программы управления паролями
2) Анализаторы исходного кода
3) Межсетевые экраны
4) “Песочница”

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

. Канбан был изобретен:

1) В Корее
2) В Китае
3) В США
4) В Японии

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Какое из положений верно для принципа итеративности:

1) С самого начала точно известно время разработки продукта и его стоимость
2) Разработка ведется короткими итерациями при наличии активной взаимосвязи с заказчиком
3) Соблюдения юридических договоренностей является первоочередным условием выполнения работ
4) Пользовательские истории не являются начальной информацией, на основании которой создается модуль

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Парное программирование — это:

1) Программисты соревнуются друг с другом в скорости выполнения задачи
2) Два программиста вместе создают код на одном общем рабочем месте
3) Один программист заменяет другого при необходимости
4) Программисты совершают одинаковые действия на разных рабочих местах

Тема 2. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Реализация продаж с использованием сетевых информационных технологий.

2. Виды цифровых платформ. Общая характеристика операций блокчейна.
3. Понятие криптовалют.
4. Виртуализация экономических процессов.

Вопросы комбинированного типа

Вопрос №1.

Насколько быстро возможно взломать незащищенную и подключенную напрямую к сети Интернет информационную систему?

1) Взломать можно мгновенно
2) Взломать в принципе невозможно
3) Информационная система испытает атаки практически мгновенно и будет взломана в течение нескольких часов
4) Информационная система испытает взломы мгновенно, из них будет выбран наиболее подходящий

Вопрос №2.

Как называется процедура проверки подлинности?

1) Дактилоскопия
2) Аутентификация
3) Шифрование
4) Идентификация

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Назовите основополагающие элементы в структуре Scrum:

1) Согласование
2) Роли
3) Практики
4) Юридическая документация
5) Артефакты

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

К целям экстремального программирования относят:

1) Удовлетворение потребности пользователей
2) Выявление уровня квалификации команды разработчиков
3) Повышение доверия заказчика
4) Увеличение сроков разработки продукта

Вопрос №3.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Верно ли утверждение, что основные составляющие стратегии цифровой репутации одинаковы как для крупного бизнеса, так и для обычного пользователя Сети?
А. Верно
Б. Неверно

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Как распознать, что против бизнеса или персоны началась информационная атака?
А. на ваших площадках стали появляться негативные отзывы
Б. количество негатива в регулярных мониторингах упоминания вашего бизнеса или персоны превышает среднестатистические показатели на 15-20%
В. в течение пары часов на различных сетевых площадках появилось несколько десятков негативных упоминаний вашего бизнеса или персоны
Г. произошел резкий отток подписчиков и друзей с ваших сетевых площадок

Тема 3. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Что такое новые финансовые структуры и при чем здесь цифровая репутация?
2. Почему во вселенной Стартрека отсутствуют деньги?
3. Что такое сетевая революция?
4. Назовите три закона роботехники для банковских роботов?

Вопросы комбинированного типа
Вопрос №1.

Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?
А. меньше 50 пользователей
Б. больше тысячи пользователей
В. больше нескольких тысяч пользователей
Д. 92,8 миллионов пользователей Рунета
Г. 4,5 миллиарда пользователей Сети

Вопрос №2.

Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:
Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:
А. Видеоотзывы или видеообращения
Б. Информация с указанием авторства и ссылками на заслуживающие доверия источники

В. Много хороших текстовых отзывов на разных площадках с именем автора или ссылкой на его профиль в сети
Г. Качественные фотографии с хорошей обработкой
Д. Все вышеперечисленное
Е. Ничего из вышеперечисленного, только личные рекомендации френдов

Вопросы закрытого типа
Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Что такое целевая аудитория в Сети?
А. это аудитория потенциальных потребителей информации о конкретном цифровом объекте или субъекте
Б. это ближайший круг вашего сетевого общения, ограниченный теми пользователями, которые знают вас в реальной жизни
В. это аудитория форумов, групп в соцсетях и других сетевых площадок, где вы появляетесь чаще всего

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Управление цифровой репутацией – это значит:
А. работать с отзывами о бизнесе или персоне
Б. отслеживать и убирать из Сети негатив
В. вести активную рекламу бизнеса или персоны в Сети
Г. работать над формированием узнаваемого сетевого образа бизнеса или персоны

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Верно ли утверждение, что цифровая репутация важна только для бизнеса, связанного с онлайн-продажами?
А. Верно Б. Неверно

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Влияет ли цифровая репутация напрямую на прибыль бизнеса?
А. Да Б. Нет
В. Да, но при условии, что бизнес связан с онлайн-продажами
Г. Нет, прибыль зависит прежде всего от качества товаров\услуг

Тема 4. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Эволюция цифровой эпохи: перечислите все этапы? В чем их различие.
2. Зачем мне рекомендовали к прочтению в данном курсе книгу, посвященную финтеху?
3. Как влияет развитие информационных технологий на рынки труда и профессиональные навыки?
4. Каковы кардинальные и системные изменения, которые вносят в нашу жизнь инновации в информационных технологиях?

Вопросы комбинированного типа

Вопрос №1.

Как можно оценить цифровую репутацию бизнеса или персоны?

А. Ввести название компании или персоны в поисковую строку и посмотреть, есть ли в результатах выдачи негатив

Б. Заказать у специалистов аналитику упоминаний компании или персоны в Сети

В. Использовать автоматические системы мониторинга, такие как система «Медиалогия»

Г. Провести опрос в соцсетях

Вопрос №2.

. В чем отличие OMR от SERM?

А. Это разные аббревиатуры одного понятия, которое означает набор методов по выводу негатива о персоне или бизнесе из Сети

Б. SERM – это часть общей стратегии по управлению цифровой репутацией бизнеса или персоны

В. OMR – это часть работы SERM-специалиста

Г. OMR – это работа с контентом, а SERM – это работа с результатами поисковой выдачи

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.

Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Как используется цифровая репутация бизнеса или персоны?

А. Цифровая репутация – это стартовый капитал для продвижения личного бренда или бизнеса

Б. Цифровая репутация – это резюме для трудоустройства на работу

В. Цифровая репутация – это визитная карточка компании или персоны для первого знакомства

Г. Все вышеперечисленное

Д. Ничего из вышеперечисленного

Вопрос №2.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Верно ли утверждение, что если у персоны или компании нет собственных площадок в Интернете, то заниматься управлением цифровой репутацией не требуется?
А. Верно
Б. Неверно

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Сколько времени занимает создание цифровой репутации с нуля?
А. от пары дней до пары месяцев в зависимости от того, как быстро будут готовы ваши собственные сетевые площадки в Сети
Б. минимум один год, необходимый для запуска и проведения эффективных рекламных кампаний в Сети по продвижению бизнеса или персоны
В. два-три года, чтобы у целевой аудитории сформировался хорошо узнаваемый позитивный сетевой образ бизнеса или персоны
Г. чем больше денег выделяется на рекламу в Сети, тем быстрее формируется цифровая репутация

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Можно ли удалить негатив из Сети?
А. Можно, если докажете, что информация не соответствует действительности
Б. Можно попытаться, но надо иметь в виду, что Сеть помнит все
В. Полностью удалить нельзя, но можно скрыть
Г. Верно все вышеперечисленное

Тема 5. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Что такое Интернет вещей и экономика совместного потребления
2. Почему современному человеку невозможно уйти из Сети?
3. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация?
4. Как мы определяем «плохую» или «хорошую» цифровую репутацию?

Вопросы комбинированного типа

Вопрос №1.

Что такое «Эффект Стрейзанд»?

А. Чем активнее пользователь пытается удалить информацию, тем большее распространение она получает в Сети
Б. Все фотографии знаменитостей, загруженные в Сеть, можно свободно использовать для собственных нужд
В. Нельзя загружать в Сеть фотографии домов без согласия их собственников
Г. Чем выше иск за моральный ущерб за несогласованное размещение личной информации в Сети, тем выше популярность этой информации

Вопрос №2.

Сколько времени требуется, чтобы отработать негатив с упоминанием бизнеса или персоны?
А. 2–3 месяца
Б. зависит от количества негатива, который требуется нивелировать
В. 1–2 месяца
Г. 3–6 месяцев
Д. 2-3 дня, дальше работать не имеет смысла, негатив уже закрепился в связке с упоминанием персоны или бизнеса

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Первый шаг при разработке стратегии управления репутацией – это…
А. Мониторинг
Б. Покупка отзывов
В. Запуск рекламы
Г. Создание бренда бизнеса или персоны

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Большинство пользователей просматривают в результатах поисковой выдачи:
А. не дальше первых трех страниц (первые 30 результатов)
Б. не дальше первых двух страниц (первые 20 результатов)
В. не дальше первой страницы (первые 10 результатов)
Г. пока не найдут то, что ищут

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Самая популярная поисковая система в России (в настоящее время) – это …

А. Google
Б. Яндекс
В. Rambler
Г. Mail.ru

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

В каких социальных сетях необходимо завести площадку для эффективного управления цифровой репутацией бизнеса или персоны в России?
А. ВКонтакте – самая массовая социальная сеть в России
Б. Фейсбук – в России рассматривается как площадка для бизнеса или формирования профессионального бренда
В. Инстаграм – самая популярная социальная сеть в России у аудитории от 16 до 24 лет
Г. Все вышеперечисленные площадки
Д. Все возможные социальные сети, кроме Одноклассников. Присутствие там только нанесёт вред вашей цифровой репутации
Е. Там, где будет максимальный отклик вашей целевой аудитории

Тема 6. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Является ли выбранная Вами профессия сферой повышенных репутационных рисков? Если да, то почему?
2. Какие профессии не несут повышенных репутационных рисков? Назовите несколько. Объясните почему?
3. Соответствуете ли вы мнению окружающих о вас?
4. Есть ли у вас план, как управлять мнением окружающих о вас?

Вопросы комбинированного типа
Вопрос №1.

Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты?
5) Проверить самостоятельно
6) Проверить у специалистов
7) Посмотреть отчет независимой испытательной лаборатории
8) Проверить наличие сертификата РСТ

Вопрос №2.

Какие категории нарушителей наиболее актуальны при подключении домашнего компьютера проводом к сети Интернет через маршрутизатор провайдера?
Соседи
Внутренние нарушители
Спецслужбы
Внешние нарушители

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Какие инструменты для повышения безопасности паролей рекомендуется использовать?

5) Программы управления паролями
6) Анализаторы исходного кода
7) Межсетевые экраны
8) “Песочница”

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

. Канбан был изобретен:

5) В Корее
6) В Китае
7) В США
8) В Японии

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Какое из положений верно для принципа итеративности:

5) С самого начала точно известно время разработки продукта и его стоимость
6) Разработка ведется короткими итерациями при наличии активной взаимосвязи с заказчиком
7) Соблюдения юридических договоренностей является первоочередным условием выполнения работ
8) Пользовательские истории не являются начальной информацией, на основании которой создается модуль

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Парное программирование — это:

5) Программисты соревнуются друг с другом в скорости выполнения задачи
6) Два программиста вместе создают код на одном общем рабочем месте
7) Один программист заменяет другого при необходимости
8) Программисты совершают одинаковые действия на разных рабочих местах

Тема 7. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Есть ли у вас свой стиль\образ\бренд?
2. Что вредит тому образу, который сложился у окружающих о вас?
3. Что способствует хорошему мнению окружающих о вас?
4. Помогает ли вам мнение окружающих добиваться поставленных целей?

Вопросы комбинированного типа

Вопрос №1.

Насколько быстро возможно взломать незащищенную и подключенную напрямую к сети Интернет информационную систему?

5) Взломать можно мгновенно
6) Взломать в принципе невозможно
7) Информационная система испытает атаки практически мгновенно и будет взломана в течение нескольких часов
8) Информационная система испытает взломы мгновенно, из них будет выбран наиболее подходящий

Вопрос №2.

Как называется процедура проверки подлинности?

5) Дактилоскопия
6) Аутентификация
7) Шифрование
8) Идентификация

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Назовите основополагающие элементы в структуре Scrum:

6) Согласование
7) Роли
8) Практики
9) Юридическая документация
10) Артефакты

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

К целям экстремального программирования относят:

5) Удовлетворение потребности пользователей
6) Выявление уровня квалификации команды разработчиков
7) Повышение доверия заказчика

8) Увеличение сроков разработки продукта

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Верно ли утверждение, что основные составляющие стратегии цифровой репутации одинаковы как для крупного бизнеса, так и для обычного пользователя Сети?
А. Верно
Б. Неверно

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Как распознать, что против бизнеса или персоны началась информационная атака?
А. на ваших площадках стали появляться негативные отзывы
Б. количество негатива в регулярных мониторингах упоминания вашего бизнеса или персоны превышает среднестатистические показатели на 15-20%
В. в течение пары часов на различных сетевых площадках появилось несколько десятков негативных упоминаний вашего бизнеса или персоны
Г. произошел резкий отток подписчиков и друзей с ваших сетевых площадок

Тема 8. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Кибербуллинг как новое явление Интернет-пространства: причины.
2. Понятие.
3. Темпы распространения.
4. Последствия для жертвы.

Вопросы комбинированного типа
Вопрос №1.

Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?
А. меньше 50 пользователей
Б. больше тысячи пользователей
В. больше нескольких тысяч пользователей
Д. 92,8 миллионов пользователей Рунета
Г. 4,5 миллиарда пользователей Сети

Вопрос №2.

Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:
Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:

А. Видеоотзывы или видеообращения
Б. Информация с указанием авторства и ссылками на заслуживающие доверия источники
В. Много хороших текстовых отзывов на разных площадках с именем автора или ссылкой на его профиль в сети
Г. Качественные фотографии с хорошей обработкой
Д. Все вышеперечисленное
Е. Ничего из вышеперечисленного, только личные рекомендации френдов

Вопросы закрытого типа
Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Что такое целевая аудитория в Сети?
А. это аудитория потенциальных потребителей информации о конкретном цифровом объекте или субъекте
Б. это ближайший круг вашего сетевого общения, ограниченный теми пользователями, которые знают вас в реальной жизни
В. это аудитория форумов, групп в соцсетях и других сетевых площадок, где вы появляетесь чаще всего

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Управление цифровой репутацией – это значит:
А. работать с отзывами о бизнесе или персоне
Б. отслеживать и убирать из Сети негатив
В. вести активную рекламу бизнеса или персоны в Сети
Г. работать над формированием узнаваемого сетевого образа бизнеса или персоны

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Верно ли утверждение, что цифровая репутация важна только для бизнеса, связанного с онлайн-продажами?
А. Верно Б. Неверно

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Влияет ли цифровая репутация напрямую на прибыль бизнеса?
А. Да Б. Нет
В. Да, но при условии, что бизнес связан с онлайн-продажами

Г. Нет, прибыль зависит прежде всего от качества товаров\услуг

Тема 9. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Что значит управлять репутацией в сети. Как работать с системой мониторинга.
2. Как разработать стратегию управления цифровой репутации.
3. Как поставить KPI для оценки эффективности работы с цифровой репутацией.
4. Что делать с конфликтами в сети. Что делать, если я хочу узнать больше.

Вопросы комбинированного типа
Вопрос №1.

Как можно оценить цифровую репутацию бизнеса или персоны?
А. Ввести название компании или персоны в поисковую строку и посмотреть, есть ли в результатах выдачи негатив
Б. Заказать у специалистов аналитику упоминаний компании или персоны в Сети
В. Использовать автоматические системы мониторинга, такие как система «Медиалогия»
Г. Провести опрос в соцсетях

Вопрос №2.

. **В чем отличие OMR от SERM?**
А. Это разные аббревиатуры одного понятия, которое означает набор методов по выводу негатива о персоне или бизнесе из Сети
Б. SERM – это часть общей стратегии по управлению цифровой репутацией бизнеса или персоны
В. OMR – это часть работы SERM-специалиста
Г. OMR – это работа с контентом, а SERM – это работа с результатами поисковой выдачи

Вопросы закрытого типа
Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Как используется цифровая репутация бизнеса или персоны?
А. Цифровая репутация – это стартовый капитал для продвижения личного бренда или бизнеса
Б. Цифровая репутация – это резюме для трудоустройства на работу
В. Цифровая репутация – это визитная карточка компании или персоны для первого знакомства
Г. Все вышеперечисленное
Д. Ничего из вышеперечисленного

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.

Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Верно ли утверждение, что если у персоны или компании нет собственных площадок в Интернете, то заниматься управлением цифровой репутацией не требуется?
А. Верно
Б. Неверно

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Сколько времени занимает создание цифровой репутации с нуля?
А. от пары дней до пары месяцев в зависимости от того, как быстро будут готовы ваши собственные сетевые площадки в Сети
Б. минимум один год, необходимый для запуска и проведения эффективных рекламных кампаний в Сети по продвижению бизнеса или персоны
В. два-три года, чтобы у целевой аудитории сформировался хорошо узнаваемый позитивный сетевой образ бизнеса или персоны
Г. чем больше денег выделяется на рекламу в Сети, тем быстрее формируется цифровая репутация

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Можно ли удалить негатив из Сети?
А. Можно, если докажете, что информация не соответствует действительности
Б. Можно попытаться, но надо иметь в виду, что Сеть помнит все
В. Полностью удалить нельзя, но можно скрыть
Г. Верно все вышеперечисленное

Тема 10. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Совершили ошибку в Сети, которая спровоцировала сетевой скандал. Что будете делать?
2. Почему нежелательно публиковать в открытом доступе свой обычный распорядок дня?
3. Почему не стоит ставить геотеги под фотографиями своей семьи? Чем это грозит?
4. Не удержались и оказались вовлечены в дискуссию в /Сети на острую религиозную тему - как избежать сетевого конфликта?

Вопросы комбинированного типа

Вопрос №1.

Что такое «Эффект Стрейзанд»?
А. Чем активнее пользователь пытается удалить информацию, тем большее распространение она получает в Сети
Б. Все фотографии знаменитостей, загруженные в Сеть, можно свободно использовать для собственных нужд
В. Нельзя загружать в Сеть фотографии домов без согласия их собственников
Г. Чем выше иск за моральный ущерб за несогласованное размещение личной информации в Сети, тем выше популярность этой информации

Вопрос №2.

Сколько времени требуется, чтобы отработать негатив с упоминанием бизнеса или персоны?
А. 2–3 месяца
Б. зависит от количества негатива, который требуется нивелировать
В. 1–2 месяца
Г. 3–6 месяцев
Д. 2-3 дня, дальше работать не имеет смысла, негатив уже закрепился в связке с упоминанием персоны или бизнеса

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Первый шаг при разработке стратегии управления репутацией – это…
А. Мониторинг
Б. Покупка отзывов
В. Запуск рекламы
Г. Создание бренда бизнеса или персоны

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Большинство пользователей просматривают в результатах поисковой выдачи:
А. не дальше первых трех страниц (первые 30 результатов)
Б. не дальше первых двух страниц (первые 20 результатов)
В. не дальше первой страницы (первые 10 результатов)
Г. пока не найдут то, что ищут

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Самая популярная поисковая система в России (в настоящее время) – это …
А. Google
Б. Яндекс
В. Rambler
Г. Mail.ru

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

В каких социальных сетях необходимо завести площадку для эффективного управления цифровой репутацией бизнеса или персоны в России?
А. ВКонтакте – самая массовая социальная сеть в России
Б. Фейсбук – в России рассматривается как площадка для бизнеса или формирования профессионального бренда
В. Инстаграм – самая популярная социальная сеть в России у аудитории от 16 до 24 лет
Г. Все вышеперечисленные площадки
Д. Все возможные социальные сети, кроме Одноклассников. Присутствие там только нанесёт вред вашей цифровой репутации
Е. Там, где будет максимальный отклик вашей целевой аудитории

Тема 11. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

1. Каких тем, кроме религии и политики, следует избегать в Сети, чтобы не провоцировать сетевые конфликты? Почему?

2. Что вы знаете о защите данных на своем смартфоне? Как часто обновляете программы защиты данных на своих цифровых устройствах?

3. Ваш аккаунт взломали и требуют деньги, иначе разместят в публичном доступе ваши интимные фотографии. Что будете делать?

4. Всегда ли время реагирования – это ключевой фактор при урегулировании сетевого конфликта?

Вопросы комбинированного типа
Вопрос №1.

Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты?
9) Проверить самостоятельно
10) Проверить у специалистов
11) Посмотреть отчет независимой испытательной лаборатории
12) Проверить наличие сертификата РСТ

Вопрос №2.

Какие категории нарушителей наиболее актуальны при подключении домашнего компьютера проводом к сети Интернет через маршрутизатор провайдера?
Соседи
Внутренние нарушители

Спецслужбы
Внешние нарушители

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Какие инструменты для повышения безопасности паролей рекомендуется использовать?

9) Программы управления паролями
10) Анализаторы исходного кода
11) Межсетевые экраны
12) “Песочница”

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

. Канбан был изобретен:

9) В Корее
10) В Китае
11) В США
12) В Японии

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Какое из положений верно для принципа итеративности:

9) С самого начала точно известно время разработки продукта и его стоимость
10) Разработка ведется короткими итерациями при наличии активной взаимосвязи с заказчиком
11) Соблюдения юридических договоренностей является первоочередным условием выполнения работ
12) Пользовательские истории не являются начальной информацией, на основании которой создается модуль

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Парное программирование — это:

9) Программисты соревнуются друг с другом в скорости выполнения задачи
10) Два программиста вместе создают код на одном общем рабочем месте
11) Один программист заменяет другого при необходимости
12) Программисты совершают одинаковые действия на разных рабочих местах

Тема 12. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

5. Есть ли у вас свой стиль\образ\бренд?
6. Что вредит тому образу, который сложился у окружающих о вас?
7. Что способствует хорошему мнению окружающих о вас?
8. Помогает ли вам мнение окружающих добиваться поставленных целей?

Вопросы комбинированного типа

Вопрос №1.

Насколько быстро возможно взломать незащищенную и подключенную напрямую к сети Интернет информационную систему?

9) Взломать можно мгновенно
10) Взломать в принципе невозможно
11) Информационная система испытает атаки практически мгновенно и будет взломана в течение нескольких часов
12) Информационная система испытает взломы мгновенно, из них будет выбран наиболее подходящий

Вопрос №2.

Как называется процедура проверки подлинности?

9) Дактилоскопия
10) Аутентификация
11) Шифрование
12) Идентификация

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Назовите основополагающие элементы в структуре Scrum:

11) Согласование
12) Роли
13) Практики
14) Юридическая документация
15) Артефакты

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

К целям экстремального программирования относят:

9) Удовлетворение потребности пользователей

10) Выявление уровня квалификации команды разработчиков
11) Повышение доверия заказчика
12) Увеличение сроков разработки продукта

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Верно ли утверждение, что основные составляющие стратегии цифровой репутации одинаковы как для крупного бизнеса, так и для обычного пользователя Сети?
А. Верно
Б. Неверно

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Как распознать, что против бизнеса или персоны началась информационная атака?
А. на ваших площадках стали появляться негативные отзывы
Б. количество негатива в регулярных мониторингах упоминания вашего бизнеса или персоны превышает среднестатистические показатели на 15-20%
В. в течение пары часов на различных сетевых площадках появилось несколько десятков негативных упоминаний вашего бизнеса или персоны
Г. произошел резкий отток подписчиков и друзей с ваших сетевых площадок

Тема 13. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

5. Кибербуллинг как новое явление Интернет-пространства: причины.
6. Понятие.
7. Темпы распространения.
8. Последствия для жертвы.

Вопросы комбинированного типа
Вопрос №1.

Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?
А. меньше 50 пользователей
Б. больше тысячи пользователей
В. больше нескольких тысяч пользователей
Д. 92,8 миллионов пользователей Рунета
Г. 4,5 миллиарда пользователей Сети

Вопрос №2.

Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:
Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:
А. Видеоотзывы или видеообращения
Б. Информация с указанием авторства и ссылками на заслуживающие доверия источники
В. Много хороших текстовых отзывов на разных площадках с именем автора или ссылкой на его профиль в сети
Г. Качественные фотографии с хорошей обработкой
Д. Все вышеперечисленное
Е. Ничего из вышеперечисленного, только личные рекомендации френдов

Вопросы закрытого типа
Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Что такое целевая аудитория в Сети?
А. это аудитория потенциальных потребителей информации о конкретном цифровом объекте или субъекте
Б. это ближайший круг вашего сетевого общения, ограниченный теми пользователями, которые знают вас в реальной жизни
В. это аудитория форумов, групп в соцсетях и других сетевых площадок, где вы появляетесь чаще всего

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Управление цифровой репутацией – это значит:
А. работать с отзывами о бизнесе или персоне
Б. отслеживать и убирать из Сети негатив
В. вести активную рекламу бизнеса или персоны в Сети
Г. работать над формированием узнаваемого сетевого образа бизнеса или персоны

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Верно ли утверждение, что цифровая репутация важна только для бизнеса, связанного с онлайн-продажами?
А. Верно Б. Неверно

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Влияет ли цифровая репутация напрямую на прибыль бизнеса?
А. Да Б. Нет
В. Да, но при условии, что бизнес связан с онлайн-продажами
Г. Нет, прибыль зависит прежде всего от качества товаров\услуг

Тема 14. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

5. Что значит управлять репутацией в сети. Как работать с системой мониторинга.
6. Как разработать стратегию управления цифровой репутации.
7. Как поставить KPI для оценки эффективности работы с цифровой репутацией.
8. Что делать с конфликтами в сети. Что делать, если я хочу узнать больше.

Вопросы комбинированного типа
Вопрос №1.

Как можно оценить цифровую репутацию бизнеса или персоны?
А. Ввести название компании или персоны в поисковую строку и посмотреть, есть ли в результатах выдачи негатив
Б. Заказать у специалистов аналитику упоминаний компании или персоны в Сети
В. Использовать автоматические системы мониторинга, такие как система «Медиалогия»
Г. Провести опрос в соцсетях

Вопрос №2.

. **В чем отличие OMR от SERM?**
А. Это разные аббревиатуры одного понятия, которое означает набор методов по выводу негатива о персоне или бизнесе из Сети
Б. SERM – это часть общей стратегии по управлению цифровой репутацией бизнеса или персоны
В. OMR – это часть работы SERM-специалиста
Г. OMR – это работа с контентом, а SERM – это работа с результатами поисковой выдачи

Вопросы закрытого типа
Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Как используется цифровая репутация бизнеса или персоны?
А. Цифровая репутация – это стартовый капитал для продвижения личного бренда или бизнеса
Б. Цифровая репутация – это резюме для трудоустройства на работу
В. Цифровая репутация – это визитная карточка компании или персоны для первого знакомства
Г. Все вышеперечисленное
Д. Ничего из вышеперечисленного

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Верно ли утверждение, что если у персоны или компании нет собственных площадок в Интернете, то заниматься управлением цифровой репутацией не требуется?
А. Верно
Б. Неверно

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Сколько времени занимает создание цифровой репутации с нуля?
А. от пары дней до пары месяцев в зависимости от того, как быстро будут готовы ваши собственные сетевые площадки в Сети
Б. минимум один год, необходимый для запуска и проведения эффективных рекламных кампаний в Сети по продвижению бизнеса или персоны
В. два-три года, чтобы у целевой аудитории сформировался хорошо узнаваемый позитивный сетевой образ бизнеса или персоны
Г. чем больше денег выделяется на рекламу в Сети, тем быстрее формируется цифровая репутация

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Можно ли удалить негатив из Сети?
А. Можно, если докажете, что информация не соответствует действительности
Б. Можно попытаться, но надо иметь в виду, что Сеть помнит все
В. Полностью удалить нельзя, но можно скрыть
Г. Верно все вышеперечисленное

Тема 15. УК 4 – 4/1, УК – 5/2, УК – 6/2

Вопросы открытого типа

5. Совершили ошибку в Сети, которая спровоцировала сетевой скандал. Что будете делать?
6. Почему нежелательно публиковать в открытом доступе свой обычный распорядок дня?
7. Почему не стоит ставить геотеги под фотографиями своей семьи? Чем это грозит?
8. Не удержались и оказались вовлечены в дискуссию в /Сети на острую религиозную тему - как избежать сетевого конфликта?

Вопросы комбинированного типа

Вопрос №1.

Что такое «Эффект Стрейзанд»?
А. Чем активнее пользователь пытается удалить информацию, тем большее распространение она получает в Сети
Б. Все фотографии знаменитостей, загруженные в Сеть, можно свободно использовать для собственных нужд
В. Нельзя загружать в Сеть фотографии домов без согласия их собственников
Г. Чем выше иск за моральный ущерб за несогласованное размещение личной информации в Сети, тем выше популярность этой информации

Вопрос №2.

Сколько времени требуется, чтобы отработать негатив с упоминанием бизнеса или персоны?
А. 2–3 месяца
Б. зависит от количества негатива, который требуется нивелировать
В. 1–2 месяца
Г. 3–6 месяцев
Д. 2-3 дня, дальше работать не имеет смысла, негатив уже закрепился в связке с упоминанием персоны или бизнеса

Вопросы закрытого типа

Вопрос №1.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Первый шаг при разработке стратегии управления репутацией – это…
А. Мониторинг
Б. Покупка отзывов
В. Запуск рекламы
Г. Создание бренда бизнеса или персоны

Вопрос №2.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Большинство пользователей просматривают в результатах поисковой выдачи:
А. не дальше первых трех страниц (первые 30 результатов)
Б. не дальше первых двух страниц (первые 20 результатов)
В. не дальше первой страницы (первые 10 результатов)
Г. пока не найдут то, что ищут

Вопрос №3.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

Самая популярная поисковая система в России (в настоящее время) – это …
А. Google
Б. Яндекс
В. Rambler
Г. Mail.ru

Вопрос №4.
Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
Выбрать один или несколько правильных вариантов ответа.
Записать цифру (-ы) выбранного варианта ответа.

В каких социальных сетях необходимо завести площадку для эффективного управления цифровой репутацией бизнеса или персоны в России?
А. ВКонтакте – самая массовая социальная сеть в России
Б. Фейсбук – в России рассматривается как площадка для бизнеса или формирования профессионального бренда
В. Инстаграм – самая популярная социальная сеть в России у аудитории от 16 до 24 лет
Г. Все вышеперечисленные площадки
Д. Все возможные социальные сети, кроме Одноклассников. Присутствие там только нанесёт вред вашей цифровой репутации
Е. Там, где будет максимальный отклик вашей целевой аудитории

Задания открытого типа

1. Методы и технологии искусственного интеллекта.
2. Машинное обучение.
3. Реализация продаж с использованием сетевых информационных технологий.
4. Виды цифровых платформ. Общая характеристика операций блокчейна.
5. Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты?
6. Какие инструменты для повышения безопасности паролей рекомендуется использовать?
7. Что такое новые финансовые структуры и при чем здесь цифровая репутация?
8. Почему во вселенной Стартрека отсутствуют деньги?
9. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация?
10. Как мы определяем «плохую» или «хорошую» цифровую репутацию?
11. Конфликты прямого и косвенного участия.
12. Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети.
13. Темпы распространения.
14. Введение в искусственный интеллект
15. Что значит управлять репутацией в сети. Как работать с системой мониторинга.
16. Оценка по шкале от 1 до 10 объема личных данных
17. Сетевое размещение данных

18. Совершили ошибку в Сети, которая спровоцировала сетевой скандал. Что будете делать?

Задания закрытого типа

1.Управление цифровой репутацией – это значит:
А. работать с отзывами о бизнесе или персоне
Б. отслеживать и убирать из Сети негатив
В. вести активную рекламу бизнеса или персоны в Сети
Г. работать над формированием узнаваемого сетевого образа бизнеса или персоны

2.Верно ли утверждение, что цифровая репутация важна только для бизнеса, связанного с онлайн-продажами?
А. Верно Б. Неверно

3. Влияет ли цифровая репутация напрямую на прибыль бизнеса?
А. Да Б. Нет
В. Да, но при условии, что бизнес связан с онлайн-продажами
Г. Нет, прибыль зависит прежде всего от качества товаров\услуг

4. **Как можно оценить цифровую репутацию бизнеса или персоны?**
А. Ввести название компании или персоны в поисковую строку и посмотреть, есть ли в результатах выдачи негатив
Б. Заказать у специалистов аналитику упоминаний компании или персоны в Сети
В. Использовать автоматические системы мониторинга, такие как система «Медиалогия»
Г. Провести опрос в соцсетях

5. **В чем отличие OMR от SERM?**
А. Это разные аббревиатуры одного понятия, которое означает набор методов по выводу негатива о персоне или бизнесе из Сети
Б. SERM – это часть общей стратегии по управлению цифровой репутацией бизнеса или персоны
В. OMR – это часть работы SERM-специалиста
Г. OMR – это работа с контентом, а SERM – это работа с результатами поисковой выдачи

6. Как используется цифровая репутация бизнеса или персоны?
А. Цифровая репутация – это стартовый капитал для продвижения личного бренда или бизнеса
Б. Цифровая репутация – это резюме для трудоустройства на работу
В. Цифровая репутация – это визитная карточка компании или персоны для первого знакомства
Г. Все вышеперечисленное
Д. Ничего из вышеперечисленного

7. **Верно ли утверждение, что если у персоны или компании нет собственных площадок в Интернете, то заниматься управлением цифровой репутацией не требуется?**
А. Верно
Б. Неверно

8**. Сколько времени занимает создание цифровой репутации с нуля?**
А. от пары дней до пары месяцев в зависимости от того, как быстро будут готовы ваши собственные сетевые площадки в Сети

Б. минимум один год, необходимый для запуска и проведения эффективных рекламных кампаний в Сети по продвижению бизнеса или персоны
В. два-три года, чтобы у целевой аудитории сформировался хорошо узнаваемый позитивный сетевой образ бизнеса или персоны
Г. чем больше денег выделяется на рекламу в Сети, тем быстрее формируется цифровая репутация

9. **Можно ли удалить негатив из Сети?**
А. Можно, если докажете, что информация не соответствует действительности
Б. Можно попытаться, но надо иметь в виду, что Сеть помнит все
В. Полностью удалить нельзя, но можно скрыть
Г. Верно все вышеперечисленное

10. **Что такое «Эффект Стрейзанд»?**
А. Чем активнее пользователь пытается удалить информацию, тем большее распространение она получает в Сети
Б. Все фотографии знаменитостей, загруженные в Сеть, можно свободно использовать для собственных нужд
В. Нельзя загружать в Сеть фотографии домов без согласия их собственников
Г. Чем выше иск за моральный ущерб за несогласованное размещение личной информации в Сети, тем выше популярность этой информации

11. Сколько времени требуется, чтобы отработать негатив с упоминанием бизнеса или персоны?
А. 2–3 месяца
Б. зависит от количества негатива, который требуется нивелировать
В. 1–2 месяца
Г. 3–6 месяцев
Д. 2-3 дня, дальше работать не имеет смысла, негатив уже закрепился в связке с упоминанием персоны или бизнеса

12. Первый шаг при разработке стратегии управления репутацией – это…
А. Мониторинг
Б. Покупка отзывов
В. Запуск рекламы
Г. Создание бренда бизнеса или персоны

13. Большинство пользователей просматривают в результатах поисковой выдачи:
А. не дальше первых трех страниц (первые 30 результатов)
Б. не дальше первых двух страниц (первые 20 результатов)
В. не дальше первой страницы (первые 10 результатов)
Г. пока не найдут то, что ищут

14. Самая популярная поисковая система в России (в настоящее время) – это …
А. Google
Б. Яндекс
В. Rambler
Г. Mail.ru

15. В каких социальных сетях необходимо завести площадку для эффективного управления цифровой репутацией бизнеса или персоны в России?
А. ВКонтакте – самая массовая социальная сеть в России

Б. Фейсбук – в России рассматривается как площадка для бизнеса или формирования профессионального бренда
В. Инстаграм – самая популярная социальная сеть в России у аудитории от 16 до 24 лет
Г. Все вышеперечисленные площадки
Д. Все возможные социальные сети, кроме Одноклассников. Присутствие там только нанесёт вред вашей цифровой репутации
Е. Там, где будет максимальный отклик вашей целевой аудитории

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	40
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	30-39
Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	20-29
Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	0-19

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. В связи, с чем предполагается следующая последовательность в подготовке обучающихся к лекции:

- ознакомление с материалом предыдущей лекции;
- знакомство с тематикой предстоящей лекции (по тематическому плану, представленному в настоящей рабочей программе дисциплины);
- прочтение и анализ учебных пособий, учебников, научных статей по теме предстоящего лекционного занятия;
- подготовить вопросы, которые вы предполагаете задать лектору по проблеме предстоящей лекции.

Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовка к практическим занятиям предполагает проработку ответов на вопросы, предложенные в каждой теме каждого раздела настоящей рабочей программы дисциплины, а также выработку навыков работы с научной экономической литературой и библиографией, справочниками, справочно-правовыми базами.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Подготовка к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

8.1. Основная литература

1. Карташева О., Современные информационные технологии в экономике и управлении: Учебное пособие, Издательство Прометей, 2024, ISBN 978-5-00172-543-5

2. Курчеева, Г. И. Информационные технологии в цифровой экономике: учебное пособие / Г. И. Курчеева, И. Н. Томилов. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2022. — 79 с. — ISBN 978-5-7782-4037-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/98789.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Волков В. Б., Макарова Н. В. Информационные технологии (Цифровое общество и цифровое государство в новую технологическую эпоху, управление цифровой репутацией): Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 1 издание, 2021 год, 576

стр., 1 ISBN 978-5-496-00001-7 // Издательский дом Питер. http://www.piter.com/book.phtml?978549600001

8.2. Дополнительная литература

1. Изюмов А.А., Коцубинский В.П. Компьютерные технологии в науке и образовании: Учебное пособие.Томск: Эль Контент,2022. http://www.iprbookshop.ru/13885.html
2. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации: Возникновение "Четвертой волны".Москва: Дашков и К°,2020. http://www.iprbookshop.ru/14043.html
3. Мартемьянов Ю.Ф. Операционные системы. Концепции построения и обеспечения безопасности.Телеком,2021. http://www.iprbookshop.ru/12009.html
4. Игнаси Белда. Разум, машины и математика. URL: https://knigism. com/view/76111

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации.
2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации.
3. Федеральный закон Российской Федерации «Об информации, информационных технологиях и защите информации» №149-ФЗ от 27 июля 2006 года.
4. Федеральный закон от 4 июля 1996 г. «Об участии в международном информационном обмене».
5. ГОСТ 34.601-90. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Стадии создания.
6. ГОСТ Р ИСО/МЭК 12207. Процессы жизненного цикла программных средств.
7. Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих российской федерации и муниципальных служащих. (Одобрен решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по противодействию коррупции от 23 декабря 2010 г. (протокол N 21).
8. Указ Президента РФ от 12.08.2002 N 885 (ред. от 16.07.2009) «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих»
9. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

8.4. Интернет-ресурсы

1. Медиология, Мониторинг СМИ и соцсетей, сайт информационной компании https://www.mlg.ru/-

8.5. Иные источники

1. Граф Х. Создание веб-сайтов в с помощью Joomla 1.5. Packt, 2010
2. Индикаторы информационного общества: статистический сборник. М., Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011.
3. Lev Manovich Software Takes Command (International Texts in Critical Media Aesthetics), 2013
4. Erik Qualman, What Happens in Vegas Stays on YouTube, Cambridge, MA, 2014
5. Скинер К. Цифровой человек. Четвертая революция в истории человечества, которая затронет каждого. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 304 с.
6. Welsh-language Technology and Digital Media Action Plan. Cardiff: Llywodraeth Cymru Welsh Government, 2013.

7. Erik Qualman, What Happens in Vegas Stays on YouTube, Cambridge, MA, 2014
8. Траут Д., Ривкин С., Дифференцируйся или умирай! – СПб.: Питер, 2018 - 368 с.
9. Бондаренко В.М. Прогнозирование будущего сквозь призму новой методологии познания или прогнозировать будущее можно только из будущего! Глава 6 в книге Прогнозирование будущего: новая парадигма». Фетисов Г.Г., Бондаренко В.М. (ред.) / М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. С. 220-270
10. Бондаренко В.М. Мировоззренческий подход к формированию, развитию и реализации «Цифровой экономики» // Современные ИТ и ИТ-образование, - 2017, - № 1, - С.237-251.
11. Скинер К. Цифровой человек. Четвертая революция в истории человечества, которая затронет каждого. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 304 с.
12. Шваб К.Четвертая промышленная революция. – М.: «Эксмо», 2016 — (Top Business Awards) – 138 с.
13. Линн Л., Ситкинс П. Личный бренд. Позаботьтесь о вашей репутации прежде, чем это сделают другие. – М.: Азбука-Бизнес, 2014. – 224 с.

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Учебные аудитории, предназначенные для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оборудованы:

– специализированной мебелью (аудиторные столы и стулья);

– техническими средствами обучения (мультимедийный проектор, светодиодный экран, персональный компьютер (ноутбук) с программным обеспечением);

– экраном для демонстрации презентаций и фильмов;

– учебной доской (маркерной).

Учебные аудитории, предназначенные для самостоятельной работы, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и использования электронно-библиотечных и информационно-справочных систем, а также с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Перечень информационных технологий, программных продуктов, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине	
1	Операционная система (Microsoft Windows 10);
2	Пакет офисных программ (Microsoft Office 2016);
3	Антивирусная программа (Kaspersky Endpoint Security);
4	Интернет-браузер (Google Chrome и Yandex, Firefox,Microsoft Edge);
5	Различные утилиты (Архиваторы (7-Zip File Manager), программа для составления бизнес-планов (ProjectLibre), файловые менеджеры, программы просмотра изображений (Acrobat Reader free), мультимедийный проигрыватель (Windows media player), программа для конференц-связи (МТС-линк).
6	Электронно-библиотечная система Znanium • Электронно-библиотечная система Айбукс • Электронно-библиотечная система Лань • https://lib.ranepa.ru/ru/ • Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU http://elibrary.ru