

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2021 14:06:14

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452b603f94388008e29877a6bc0f5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»
«УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**

**Факультет экономики и управления
Кафедра «Бизнес-информатика»**



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2020 г.

Рабочая программа дисциплины

Информационный бизнес

Направление подготовки
38.03.05 Бизнес-информатика

Квалификация выпускника
Бакалавр

Для всех форм обучения

Симферополь 2020

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП.....	5
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов на контактную работу студентов с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу.....	5
4. Содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам).....	11
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы студентов.....	12
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.....	21
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	22
8. Перечень ресурсов информационно коммуникационной сети интернет, необходимых для освоения дисциплины.....	22
9. Методические указания студентам по освоению дисциплины.....	23
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).....	23
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	22

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

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенций	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • основы экономических знаний для применения в различных сферах деятельности; • основные принципы самоорганизации и самообразования; • основные методы работы с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях
ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	<ul style="list-style-type: none"> • особенности управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов). <p><u>Уметь:</u></p>
ОПК-3	способность работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях	<ul style="list-style-type: none"> • использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; • организовать свое время, самостоятельно критически мыслить, формулировать свою точку зрения • работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях; • управлять контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов).
ПК-6	управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов);	<p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности; • методами повышения квалификации, навыками накопления, обработки и использования информации; • способностью работать с компьютером как средством управления информацией, работать с информацией из различных источников, в том числе в глобальных компьютерных сетях; • навыками управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов)

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Информационный бизнес», входит в вариативную часть дисциплин.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетных единицы (ЗЕ), 144 академических часа.

3.1. Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Объем дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	76
Аудиторная работа (всего):	72
Лекции	18
Семинары, практические занятия	54
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	68
Зачет	4

Для заочной формы обучения

Объем дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	16
Аудиторная работа (всего):	12
Лекции	6
Семинары, практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	128
Зачет	4

4.Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ п/п	Наименование темы	Всего		Количество часов					
		ОФО	ЗФО	Аудиторная работа				Внеаудит. работа	
				Лекции		Практические		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Тема 1. Информационная экономика и переход к информационному обществу	12	11	1		4	1	4	8
2	Тема 2. Информационная политика РФ и промышленно развитых стран	12	13	1	1	4		4	10
3	Тема 3. Информационный бизнес и тенденции его развития	14	13	1		4	1	4	10
4	Тема 4. Понятия и законы развития информационного производства	12	15	1	1	4		4	10
5	Тема 5. Информационный рынок и механизм его функционирования	14	15	1		4	1	4	10
6	Тема 6. Правовые основы предпринимательства и организация собственного дела в информационной сфере экономики	14	15	1		4	1	6	10
7	Тема 7. Франчайзинг как способ организации собственного дела в информационном бизнесе	18	15	1		6	1	6	10
8	Тема 8. Организационная структура фирмы информационного бизнеса	14	13	1	1	4		6	10
9	Тема 9. Производственная система фирмы ИБ	14	15	2	1	4		6	10
10	Тема 10. Эргономика и организация производственной среды информационной фирмы	12	13	2	1	4		6	10
11	Тема 11. Организация маркетинговой деятельности в ИБ	14	13	2		4	1	6	10

12	Тема 12. Планирование предпринимательской деятельности и презентация фирмы, которая создается	12	13	2	1	4		6	10
13	Тема 13. Организация и порядок расчетов с потребителями информационных товаров	14	12	2		4		6	10
	Зачет	4	4						
	Всего по дисциплине	180	180	18	6	54	6	68	128

4.2 Содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам)

1. Информационная экономика и переход к информационному обществу

Основные элементы рыночной экономики и ее информационная составная, Информационная сфера экономики и ее структура. Классификация видов информационной деятельности. Концепция информационного общества. Роль информатизации при переходе к информационному обществу. Информационная культура, информационные тенденции. Роль государства в формировании информационного общества

2. Информационная политика РФ промышленно развитых стран

Этапы развития информационной сферы экономики в РФ и их характеристика, Общие положения и принципы государственной политики информатизации РФ, Заключаются и развитие информатизации в РФ

Особенности информационной политики Японии, Особенности информационной политики США, Особенности информационной политики Европейского Содружества, Канадский опыт построения информационной магистрали, Международное сотрудничество в сфере информатизации, Формы государственной регуляции процессов информатизации в развитых странах

3. Информационный бизнес и тенденции его развития

Суть информационного бизнеса, информационные продукты и услуги. Функции информационного бизнеса, среда предпринимательства, Модель информационного бизнеса, особенности информационного бизнеса

4. Понятия и законы развития информационного производства

Понятия информационного производства, Особенности конечного продукта информационного производства, Особенности процесса труда в информационном производстве, Законы функционирования общественного информационного производства, Основные принципы управления информационным производством, Технология формирования и использование информационных ресурсов в информационном производстве

5. Информационный рынок и механизм его функционирования

Понятие и структура информационного рынка, Механизм функционирования информационного рынка, организационные и правовые

отношения в области информации. Закон РФ «Об информации» (ст. 39): «Информационная продукция и информационные услуги граждан и юридических лиц». Сектора и сегменты информационного рынка: Аппаратные средства обработки информации, Телекоммуникационное оборудование, Программные продукты, Сектор услуг, деловой информации, юридической информации, информации для специалистов, массовой, потребительской информации, электронных соглашений, Рынок интегрированных информационных систем.

Классификация сегментов рынка информационных продуктов и услуг: потребительский сегмент, сегмент взаимодействия, сегмент обеспечения бизнеса, интеллектуальная работа, действия, которые выполняются посредством элементов информационных технологий по созданию информационных продуктов и услуг: транспортировка, перенесение из носителя на носитель, сохранение, обработка — превращение информационного продукта. Механизм функционирования информационного рынка

Участники рынка информационных продуктов и услуг. Производители информационных продуктов и услуг: предприятия по производству вычислительной техники, средств передачи и обработки информации; организации, занятые разработкой программного обеспечения, центры-генераторы баз данных, службы телекоммуникации, государственные органы и информационные службы при государственных органах, научно-исследовательские, аналитические, консалтинговые, информационные, информационно-аналитические и другие подобные организации, банки, биржи и другие объекты общей рыночной инфраструктуры, коммерческие фирмы, что специализируются на производстве и распространении программных, средств и информационных систем, учебные заведения, издательство, рекламные агентства и библиотеки

Потребители информационных продуктов и услуг. Вмешательство государства через индикативную регуляцию экономики посредством экономических рычагов. Деление субъектов информационного рынка по их функциональным ролям. Каналы распределения. Дополнительная полезность. Типы каналов распределения. Вендоры, Дистрибьюторы, Дилеры - реселлеры, роль информационных дилеров.

Организация дилеров информационных систем в развитых странах, в Sun Microsystems, деление дилеров по уровню подготовки: техника класса рабочих групп (WorkGroup), техники класса предприятия (Enterprise), техники класса центров данных (DataCentre) или в IBM деление разработчиков на: интеграторов ПО, провайдеров системных решений и комплексных услуг, партнеров, ориентированных на построение персональных систем

по модели построения бизнеса деления на: продажа системных решений, продажа прикладных разработок, предоставление услуг.

6. Правовые основы предпринимательства и организация собственного дела в информационной сфере экономики

Определения, основные условия и принципы предпринимательства, Виды предпринимательской деятельности, Организационно-правовые формы бизнеса, Преимущества и недостатки организационно-правых форм бизнеса Основатели

информационной фирмы, их функции, Учредительные документы, Государственная регистрация предпринимательства

7. Франчайзинг как способ организации собственного дела в информационном бизнесе

Понятия франчайзинга и его типы, Преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзера, Преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзи, Как стать франчайзи, Правовые аспекты: соглашение о льготном предпринимательстве, Франчайзинг в информационном бизнесе

8. Организационная структура фирмы информационного бизнеса

Классификация организационных форм информационного бизнеса, Венчурный бизнес в информационной сфере, Основные направления усовершенствования информационного бизнеса, Критерии оценивания фирм информационного бизнеса. Организационная структура фирмы разработки программных продуктов, UML моделирование систем ИБ. Основные диаграммы в UML моделирование систем ИБ. Стадии проектирования с использованием UML модели систем ИБ

Стадия проектирования «Начало» в UML модели, содержание документа «Видения системы»

9. Производственная система фирмы ИБ

Суть производственной функции, Структура производственной системы, Классификация производственных систем, Проектирование производственной системы фирмы

Особенности проектирования производственной системы информационно-вычислительной фирмы, Проектирования изделий, Проектирования производственного процесса, Определения производственных мощностей и места их расположения, Проектирование предприятия, Проектирование предприятия

10. Эргономика и организация производственной среды информационной фирмы

Содержание и задание научной организации труда, Содержание и задание охраны труда, Правовое обеспечение мероприятий по охране труда в информационном бизнесе, Система управления охраной труда в структурах информационного бизнеса. Методы нормирования труда и классификация расходов рабочего времени, Методы изучения расходов рабочего времени и установления, норм выработки, Нормирование труда операторов ЭВМ, Особенности нормирования труда программистов, Нормирование труда специалистов, занятых техническим обслуживанием и ремонтом средств ВОТ

11. Организация маркетинговой деятельности в ИБ

Информационный маркетинг: некоторые определения и особенности, Основные функции и стратегии маркетинга, Концептуальное моделирование процесса информационного маркетинга, система маркетинговой информации, Процесс маркетингового исследования в информационной сфере, Анализ жизненного цикла ИПП, организационно-структурные формы управления информационным маркетингом.

12. Планирование предпринимательской деятельности и презентация фирмы, которая создается

Бизнес-план, его функциональные роли, Содержание и структура бизнес-плана, Последовательность составления бизнес-плана, Требования и правила относительно оформления бизнес-плана, Поэтапное описание кампании по привлечению капитала, Организация презентации фирмы, Что такое презентация, Типы презентаций и особенности их организации, Организация и планирование презентации, Методы повышения эффективности презентации, Наглядные материалы в проведении презентации

13. Организация и порядок расчетов с потребителями информационных товаров

Оценка себестоимости услуг ИБ, договорная система расчетов за услуги, оплата за услуги сопровождения программного продукта. Классификация форм оплаты по видам услуг. Стоимость варианта коробочки программного средства, уникального заказа. Стоимость адаптации проекта под условия заказчика

4.3 Темы практических занятий

Практика 1-3. Основы UML моделирования.

Цель: Познакомить студента с принципами автоматизированной обработки информации: UML моделирование

- Цель и назначение CASE средства «UML моделирование
- Пример системы автоматизации торговли NextGen

Практика 4-6. Видение проектируемой системы. Диаграмма «Варианты использования и действующие лица»

Цель работы: Составление документа: «Видение проектируемой системы». Построение диаграммы UML модели «Варианты использования»

- Проектирование в UML Модели. Видение проектируемой системы
- Построение диаграммы вариантов использования

Практика 7-9. Варианты Последовательностей и Кооперации

Цель работы: Построение диаграммы UML модели «Последовательностей, кооперации»

- Создание диаграмм Последовательностей и Кооперации

Практика 10-12. Классы и пакеты

Цель работы: Построение диаграммы UML модели «Классы и пакеты»

- Теоретический материал, Общие сведения
- Выполнение работы

Практика 13-15. UML моделирование. Диаграмма состояния

Цель: Познакомить студента с проблемами автоматизированной обработки информации: UML моделирование. Диаграмма состояния

- UML моделирование Диаграмма состояния
- Выполнение заданий
- Выполнение самостоятельных упражнений

Практика 16-18. UML моделирование связи

Цель: Познакомить студента с проблемами автоматизированной обработки информации: UML моделирование. связи

- UML моделирование связи
- Выполнение заданий

- Выполнение самостоятельных упражнений

Практика 19-21. UML моделирование. Представление компонентов моделирование Представление компонентов

- Создание диаграммы Компонентов
- Типы компонентов
- Создание диаграммы компонентов.
- Соотнесение классов с компонентами

Практика 22-24. Генерация кода

Цель работы: Построение диаграммы UML модели; генерация кода

- Теоретический материал, Общие сведения
- Model Assistant
- Ассоциация класса с языком Visual Basic
- Model Assistant
- Создание кода класса

Практика 25-27. UML моделирование, начало

Цель: Познакомить студента с проектированием UML модели на стадии «Начало»

- Проектирование в UML Модели
- Пример системы автоматизации торговли NextGen
- Видение проектируемой системы
- Экономические предпосылки
- Место системы
- Формулировка проблемы
- Заинтересованные лица
- Демографические особенности рынка...
- Заинтересованные лица, не являющиеся пользователями системы...
- Пользователи системы...
- Основные задачи высокого уровня и проблемы заинтересованных лиц
- Задачи уровня пользователя

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Тема (разделы)	Содержание заданий, выносимых на СРС	Кол-во часов ОФО	Кол-во часов ЗФО	Учебно-методическое обеспечение
1	Тема 1. Информационная экономика и переход к информационному обществу	4	8	Учебно-методическое пособие
2	Тема 2. Информационная политика Украины и промышленно развитых стран	4	10	Учебно-методическое пособие
3	Тема 3. Информационный бизнес и тенденции его развития	4	10	Учебно-методическое пособие
4	Тема 4. Понятия и законы развития информационного производства	4	10	Учебно-методическое пособие
5	Тема 5. Информационный рынок и механизм его функционирования	4	10	Учебно-методическое пособие

6	Тема 6. Правовые основы предпринимательства и организация собственного дела в информационной сфере экономики	6	10	Учебно-методическое пособие
7	Тема 7. Франчайзинг как способ организации собственного дела в информационном бизнесе	6	10	Учебно-методическое пособие
8	Тема 8. Организационная структура фирмы информационного бизнеса	6	10	Учебно-методическое пособие
9	Тема 9. Производственная система фирмы ИБ	6	10	Учебно-методическое пособие
10	Тема 10. Эргономика и организация производственной среды информационной фирмы	6	10	Учебно-методическое пособие
11	Тема 11. Организация маркетинговой деятельности в ИБ	6	10	Учебно-методическое пособие
12	Тема 12. Планирование предпринимательской деятельности и презентация фирмы, которая создается	6	10	Учебно-методическое пособие
13	Тема 13. Организация и порядок расчетов с потребителями информационных товаров	6	10	Учебно-методическое пособие

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

6.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Компетенция ОК-3

способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
основы экономических знаний в различных сферах деятельности 6.2.1 (1-15).	использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности 6.2.2 (1-8)	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности 6.2.3 (1-5)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1 (1-15) Умеет, если выполнил 6.2.2 (1-8) Владеет, если выполнил 6.2.3 (1-5)		

Компетенция ОК-7

способностью к самоорганизации и самообразованию		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
Основные принципы самоорганизации и	Организовать свое время, самостоятельно критически	Методами повышения квалификации, навыками

самообразования; Знает, если выполнил 6.2.1 (1-9, 14-22, 23-25, 39-43), 6.2.2(1-15, 17-26), 6.2.3(1-13,35-39, 22-32)	мыслить, формулировать свою точку зрения; Умеет, если выполнил 6.2.1 (10-13, 32-38, 26-31,), 6.2.2(14-20), 6.2.3(14-21)	накопления, обработки и использования информации; Владеет, если выполнил 6.2.1 (44-48), 6.2.3(33,34)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1 (1-9, 14-22, 23-25, 39-43), 6.2.2(1-15, 17-26), 6.2.3(1-13,35-39, 22-32)		
Умеет, если выполнил 6.2.1 (10-13, 32-38, 26-31,), 6.2.2(14-20), 6.2.3(14-21)		
Владеет, если выполнил 6.2.1 (44-48), 6.2.3(33,34)		

Компетенция ПК-6

управление контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов)		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
основы управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов) 6.2.1. (48-60)	управлять контентом предприятия и Интернет-ресурсов, управлять процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов) 6.2.2.(23-30)	умением управления контентом предприятия и Интернет-ресурсов, процессами создания и использования информационных сервисов (контент-сервисов) 6.2.3. (13-19)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 6.2.1 (48-60)		
Умеет, если выполнил 6.2.2 (23-30)		
Владеет, если выполнил 6.2.3 (13-19)		

6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы

6.2.1. Вопросы к зачету:

1. Информационный сектор экономики, две формы существования информационного бизнеса
2. Инфраструктура информационного рынка, пять макросекторов информационного рынка
3. Особенности информации как товара, особенности потребительской стоимости информационных продуктов.
4. Информационные ресурсы, творческие ресурсы, информационные продукты и информационные услуги.
5. Участники рынка информационных услуг
6. Образовательный бизнес, образовательные ресурсы, продукты и услуги
7. Особенности и показатели информатизации РФ, сравнительная оценка с промышленно развитыми странами

8. Показатели информатизации промышленно развитых стран, лидер информатизации в мире, сравнительная оценка с РФ
9. Характерные черты информационного общества
10. Система экономических показателей информационного рынка в статистической отчетности РФ
11. Противоречие между информационным потенциалом и возможностью им воспользоваться
12. Изменение системы образования в информационном обществе
13. Участие государства в информатизации общества и в чем оно (участие) выражается
14. Категории информационных фирм, классификация по уровню решаемых проблем
15. Инновационная - инвестиционная деятельность на информационном рынке, инновационная политика РФ
16. Изменение структуры производства в сторону информатизации
17. Производители информационных продуктов и услуг
18. Основные особенности потребительской стоимости информационных продуктов.
19. Основные секторы рынка электронной информации, сектор деловой информации
20. Основные секторы рынка электронной информации, сектор юридической информации, информации для специалистов
21. Основные секторы рынка электронной информации, сектор потребительской информации, электронных сделок, программного обеспечения, сетевых коммуникаций
22. Механизм функционирования информационного рынка, типы каналов распределения
23. Информационные дистрибьюторы, дилеры
24. Особенности информационного рынка РФ
25. Объем рекламно - коммуникационного рынка РФ, тенденции
26. Современный механизм информационного производства и рынка — это структура из четырех звеньев. Это:.....
27. Субъекты информационного рынка по их функциональным ролям
28. Индикативная регуляция экономики информационного производства посредством экономических рычагов.
29. Объем рекламно-коммуникационного рынка РФ, тенденции
30. Создание информационной фирмы на основе АСУ. Общие функции основателя
31. Основные признаки франчайзинга в информационном бизнесе
32. Преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзера
33. Преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзи
34. Франчайзинг в информационном бизнесе на примере Фирмы «1С». Условия организации бизнеса «1С:Франчайзи»
35. Франчайзинг, как способ организации частного предприятия в информационном бизнесе
36. Организационная структура информационно вычислительной фирмы, элементы организационной структуры

37. Факторы формирования организационной структуры фирмы ИБ
38. Этапы построения организационной структуры фирмы ИБ, причины изменения структуры
39. Принципы создания эффективной организации фирмы ИБ
40. Организационная структура фирмы разработки программных продуктов, UML моделирование систем ИБ
41. Основные диаграммы в UML моделирование систем ИБ
42. Стадии проектирования с использованием UML модели систем ИБ
43. Стадия проектирования «Начало» в UML модели, содержание документа «Видение системы»
44. Организация и охрана труда в информационном производстве
45. Особенности нормирования труда программистов Модель СОСОМО
46. Метод функциональных баллов, три класса нормирования труда программистов по В. В. Липаеву
47. Цены на информационном рынке и их разновидности
48. Цены на информационном рынке в зависимости от вида продукции (услуги)
49. Три вида цен на продукцию в сетевой экономике
50. Особенности ценообразования программных продуктов
51. Правовое обеспечение мероприятий по охране труда в информационном бизнесе
52. Маркетинг информационных продуктов и услуг
53. Процесс маркетингового исследования в информационной сфере
54. Содержание и структура бизнес-плана информационной фирмы
55. Организация презентации фирмы информационного бизнеса
56. Трудности вхождения провайдерской фирмы в информационный рынок
57. Понятие провайдерской фирмы, классификация провайдерских фирм
58. Доступ в Интернет - urlink-провайдеры, подключении местного провайдера к региональному
59. Характеристика продукции провайдерской фирмы
60. Оценка рисков провайдерской фирмы, мероприятия по предотвращению рисков

6.2.2. ТЕСТЫ

1 Авторизация это

а) Подтверждение владельца пластиковой карточки либо другого платежного средства

б) Подтверждение наличия средств на счете пластиковой карточки либо другого платежного средства

2 Аутентификация это

а) Подтверждение владельца пластиковой карточки либо другого платежного средства

б) Подтверждение наличия средств на счете пластиковой карточки либо другого платежного средства

3 Ввод PIN-кода при работе с пластиковой картой относится к операции

а) авторизации

б) аутентификации

4 Программа, предназначенная для соединения двух сетей, использующих различные протоколы, называется

- а) шлюз
- б) агент
- в) узел

5 Банк-эквайер является банком

- а) продавца
- б) владельца пластиковой карты

6 Банк-эмитент является банком

- а) продавца
- б) владельца пластиковой карты

7 Магнитные карты обслуживаются в режиме

- а) off-line
- б) On-line

8 Голограмма на пластиковой карточке является

- а) защитой от подделки
- б) логотипом банка

9 Электронный кассир - это устройство для:

- а) обслуживания клиента в отсутствие банковского персонала
- б) приема и выдачи наличных денег по команде операциониста
- в) выдачи наличных денег по команде операциониста
- г) выдачи наличных денег по команде клиента

10 Если сравнить магнитные и смарт-карты, то окажется, что:

- а) магнитные карты менее подвержены воздействию неблагоприятных погодных условий
- б) стоимость смарт-карт выше, но они дешевле в эксплуатации
- в) магнитные карты являются «электронным кошельком»
- г) смарт-карты лучше защищены от подделки

11 Для проверки наличия средств на счете магнитной карты программа банкомата обращается

- а) на сервер банка эмитента
- б) к информации записанной на магнитной карте

12 Для проверки наличия средств на счете смарт - карты программа банкомата обращается

- а) на сервер банка эмитента
- б) к информации записанной на чипе карты

13 Электронная коммерция это

- а) любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным цифровым способом
- б) деловая активность, которая использует возможности информационных сетей для реализации внутренних и внешних связей компании с целью получения прибыли

14 Электронный бизнес это

- а) любой вид сделок, при которых взаимодействие сторон осуществляется электронным цифровым способом

б) деловая активность, которая использует возможности информационных сетей для реализации внутренних и внешних связей компании с целью получения прибыли

15 Каких категорий взаимодействия не существует в электронной коммерции

- а) B2B
- б) B2C
- в) B2E
- г) B2G
- д) C2A

16 Что не является принципом "Маркетинга взаимодействия"

- а) производить то, что можно продать, вместо попыток продать то, что можно произвести
- б) не продавать товары, а удовлетворять потребности
- в) планировать производство товара, опираясь на ретроспективную статистику
- г) увязывать цели, требования потребителей и ресурсные возможности фирмы

17 Возможности использования Интернет в маркетинге

- а) маркетинговые исследования
- б) товарная политика
- в) ценообразование
- г) распределительная политика
- д) коммуникативная политика
- е) все вместе взятое

18 Что НЕ является принципом Маркетинга «Один к одному»

- а) отдельный покупатель
- б) массовое распределение
- д) индивидуальное обращение
- г) индивидуальные стимулы
- д) потенциально прибыльные покупатели
- е) удержание покупателей

19 Снижение трансформационных издержек Интернет - коммерции НЕ может достигаться за счет

- а) сокращение каналов распространения товаров
- б) оптимального выбора структуры
- в) сокращение сотрудников электронного магазина
- г) товарного ассортимента,
- д) обоснованной политики ценообразования,
- е) снижения числа посредников

20 Что наименее существенно для эффективного функционирования электронного магазина

- а) информационная база электронного магазина
- б) правильно выбрать бизнес-схему Интернет-торговли
- в) техническое и программное обеспечение для анализа, учета, ведения и принятия решений по всему комплексу торгово-учетных операций.
- г) создание сайта электронного магазина

21 Что является Функцией "front-office" - электронного магазина

- а) менеджеру каталога создавать и редактировать каталог товаров
- б) менеджеру продукта вводить и модифицировать информацию о товарах
- в) покупателю осуществлять выбор товара, оплата и получение товара
- г) руководителям запасами контролировать состояние состава электронного магазину и задать границы минимальных запасов для каждого товара;
- д) менеджерам по закупке обеспечивать пополнение запаса товаров в электронном магазине
- е) менеджерам контакта обрабатывать и анализировать информацию о покупателях и обеспечивать настройку индивидуальных профилей покупателей.

22 Что не является Функцией "back-office" - электронного магазина

- а) менеджеру каталога создавать и редактировать каталог товаров
- б) менеджеру продукта вводить и модифицировать информацию о товарах
- в) покупателю осуществлять выбор товара, оплата и получение товара
- г) руководителям запасами контролировать состояние состава электронного магазину и задать границы минимальных запасов для каждого товара;
- в) менеджерам по закупке обеспечивать пополнение запаса товаров в электронном магазине
- г) менеджерам контакта обрабатывать и анализировать информацию о покупателях и обеспечивать настройку индивидуальных профилей покупателей

23 Технология WAP позволяет владельцу сотового телефона

- а) подключиться к сети Интернет
- б) и то и другое
- в) оказать услуги групповым пользователям

24 Что такое процедура биллинга?

- а) взимание штрафов за просрочку платежа
- б) снятие наличных
- в) получение наличных денег через банкомат
- г) составление выписки по счету с указанием сумм и сроков погашения долга

25 Система B2B обслуживает расчеты между

- а) государством и фирмами
- б) двумя или более фирмами
- в) государством и населением
- г) электронными магазинами и покупателями
- д) населением и администрацией

26 Система B2C обслуживает расчеты между

- а) государством и фирмами
- б) двумя или более фирмами
- в) государством и населением
- г) электронными магазинами и покупателями
- д) населением и администрацией

27 Система G2B обслуживает расчеты между

- а) государством и фирмами
- б) двумя или более фирмами

- в) государством и населением
- г) электронными магазинами и покупателями
- д) населением и администрацией

28 Система G2C обслуживает расчеты между

- а) государством и фирмами
- б) двумя или более фирмами
- в) государством и населением
- г) электронными магазинами и покупателями
- д) населением и администрацией

29 Система С2А обслуживает расчеты между

- а) государством и фирмами
- б) двумя или более фирмами
- в) государством и населением
- г) электронными магазинами и покупателями
- д) населением и администрацией

30 Всегда ли при использовании кредитной карты будет действовать льготный период ?

- а) только при безналичных оплатах
- б) да, всегда
- в) только в течение первых двух недель календарного месяца
- г) только при получении наличных денег через банкомат

Ключ к тесту

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
а	б	б	а	б	а	б	а	а	г	а	б	а	б	в

16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
г	д	а	а	б	е	г	а	г	б	г	г	в	д	б

6.2.3. Темы рефератов

1. Основные факторы формирования экономики информационного общества.
2. Основные экономические условия формирования информационной экономики и процессы ее становления.
3. Роль информационного фактора производственной деятельности в новых экономических условиях и его влияние на конечные результаты производства.
4. Роль и место человека в информационной экономике, трансформации системы управления и человеческой мотивации.
5. Удельный вес информационных издержек при производстве товаров и услуг.
6. Роль информационного капитала в общей структуре общественного капитала.
7. Глобальные тенденции изменения мировой экономики на информационной базе.
8. Отечественные и зарубежные исследователи, заложившие основу представлений информационного общества и информационной экономики

9. Информация как предмет труда и, как средство труда
10. Две формы существования информационного бизнеса, пять макросекторов информационного рынка
11. Особенности информации как товара, особенности потребительской стоимости информационных продуктов.
12. Информационные ресурсы, творческие ресурсы, информационные продукты и информационные услуги.
13. Образовательный бизнес, образовательные ресурсы, продукты и услуги. Дистанционное обучение
14. Особенности и показатели информатизации России, сравнительная оценка с промышленно развитыми странами
15. Инновационная - инвестиционная деятельность на информационном рынке,
16. Франчайзинг в информационном бизнесе на примере Фирмы «1С». Условия организации бизнеса «1С:Франчайзи»
17. Цены на информационном рынке в зависимости от вида продукции (услуги)
18. Особенности ценообразования программных продуктов
19. Маркетинг информационных продуктов и услуг

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) основная литература:

1. Информационная экономика : учебник / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова, Е. В. Маслюкова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2018. — 356 с. — ISBN 978-5-9275-2612-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87714.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Кузовкова, Т. А. Цифровая экономика и информационное общество : учебное пособие / Т. А. Кузовкова. — Москва : Московский технический университет связи и информатики, 2018. — 80 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/92450.html> (дата обращения: 29.06.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Мусиенко, А. С. Информационный бизнес : методическое пособие для бакалавров и младших специалистов / А. С. Мусиенко, М. В. Абрамова. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2015. — 132 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/54706.html> (дата обращения: 29.06.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная литература

4. Головицына, М. В. Информационные технологии в экономике : учебное пособие / М. В. Головицына. — 3-е изд. — Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020.

— 589 с. — ISBN 978-5-4497-0344-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/89438.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Информационные технологии и управление предприятием / В. В. Баронов, Г. Н. Калянов, Ю. Н. Попов, И. Н. Титовский. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 327 с. — ISBN 978-5-4488-0086-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87996.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Министерство финансов РФ. - <http://www.minfin.ru/ru/>
2. Национальное содружество бизнес-ангелов. - <http://www.russba.ru/>
3. Новостной портал «Медиа-центр инноваций Юнова». - <http://www.unova.ru/>
4. Профессиональное сообщество StartupPoint. - <http://startuppointr.ru/>
5. Российская ассоциация инновационного развития. - <http://www.rair-info.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.
2. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

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

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Googlechrome»);

- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «WindowsMediaPlayer»);
- программы для демонстрации и создания презентаций(например, «MicrosoftPowerPoint»)
- Eng_Spider_Lite_Demo
- HKSetup WEB редактор
- StarUML-v2.0.0
- 1С:8.2

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.