

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

Дата подписания: 23.10.2022 22:23:37

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж

(наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.03.05 Бизнес-информатика _____

Квалификация выпускника _____ Бакалавр _____

Направленность (профиль) _____ Бизнес-информатика, технология блокчейн - криптовалюта _____

2021 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж» относится к дисциплинам обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Раздел 1. Основные понятия об информационном продукте и услуге.

Тема 1.1 Основные информационные процессы при реализации информационных технологий.

Понятие информационного продукта и услуг. Материальный и нематериальный продукт информационного производства. Классификация информационных продуктов и услуг. Технологические процессы обработки данных, текстов, графики, знаний, объектов реального мира.

Тема 1.2. Основные технологии производства информационных продуктов и услуг.

Информационные технологии конечного пользователя. Пользовательский интерфейс информационных технологий. Применение информационных технологий на рабочем месте пользователя. Мультимедийные информационные технологии. Характеристика сетевых информационных технологий. Виды телекоммуникационного взаимодействия. Технология открытых систем.

Раздел 2. Рынок информационных продуктов и услуг как система отношений по распространению информационных продуктов.

Тема 2.1 Рынок информационных продуктов и услуг, как система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами.

Условия и механизмы функционирования рынка информационных услуг. Рынок информации и информационных услуг и продуктов. Рынки электронных сделок и глобальных электронных коммуникаций. Рынок электронных глобальных коммуникаций. Интернет. Совокупность средств, методов и условий, позволяющих использовать информационные ресурсы.

Тема 2.2. Структура информационного рынка: основные области и сектора.

Структура рынка информационных продуктов и услуг. Техническая и технологическая составляющая. Нормативно-правовая составляющая. Информационная составляющая. Организационная составляющая. Инфраструктура информационного рынка как - совокупность секторов.

Раздел 3. Механизмы и компоненты рынка информационных продуктов и услуг.

Тема 3.1. Составляющие рынка информационных продуктов и услуг.

Поставщики и потребители информационных продуктов и услуг. Основные участники информационного рынка. Издатели баз данных. Операторы баз данных. Информационные брокеры. Информационные брокеры и Интернет. Библиотеки и информационные отделы организаций.

Тема 3.2. Маркетинговые исследования информационного рынка.

Значение маркетингового исследования. Основные этапы маркетингового исследования.

Цели исследования: описательные, поисковые, экспериментальные. Отбор источников информации, первичные и вторичные данные. Сбор информации. Досье. Анализ собранной информации. Представление результатов исследования. Изучение информационных потребностей.

Раздел 4. Становление информационной экономики.

Тема 4.1. Ценообразование на рынке информационных продуктов и услуг.

Ценообразование на рынке информационных товаров и услуг. Обоснование варианта создания информационной системы на базе полной стоимости владения. Общий анализ вариантов реализации проектов информатизации. Модель полной стоимости владения информационной системой, приобретаемой у стороннего поставщика. Составляющие издержек. Критерий эффективности.

Тема 4.2. Тенденция развития информационного рынка.

Роль информационных технологий в развитии экономики и общества. Тенденция развития информационного рынка. Информатизация общества. Переход к информационному обществу. Формирование информационной культуры. Технологизация социального пространства.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия

Лекция 1. Тема 1.1 Основные информационные процессы при реализации информационных технологий.

Дать определение информационному продукту и услуге, материальному и нематериальному продукту информационного производства. Привести классификацию информационных продуктов и услуг.

Показать области применения этих архитектур.

Лекция 2. Тема 1.2. Основные технологии производства информационных продуктов и услуг.

Рассмотреть Информационные технологии конечного пользователя. Пользовательский интерфейс информационных технологий. Мультимедийные информационные технологии. Характеристику сетевых информационных технологий. Виды телекоммуникационного взаимодействия.

Лекция 3. Тема 2.1 Рынок информационных продуктов и услуг, как система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами.

Дать возможность оценить условия и механизмы функционирования рынка информационных услуг, а также рынок информации и информационных услуг и продуктов. Привести примеры рынков электронных сделок и глобальных электронных коммуникаций. Рынок электронных глобальных коммуникаций.

Лекция 4. Тема 2.2. Структура информационного рынка: основные области и сектора.

Рассказать о структуре рынка информационных продуктов и услуг, а также об инфраструктуре информационного рынка как - совокупности секторов.

Лекция 5. Тема 3.1. Составляющие рынка информационных продуктов и услуг.

Ознакомление с основными поставщиками и потребителями информационных продуктов и услуг. Издателями баз данных. Операторами баз данных. Дать определения информационным брокерам, библиотекам и информационным отделам организаций.

Лекция 6. Тема 3.2. Маркетинговые исследования информационного рынка.

Описать значение маркетингового исследования, основные этапы маркетингового исследования. Обозначить цели исследования: описательные, поисковые, экспериментальные.

Лекция 7. Тема 4.1. Ценообразование на рынке информационных продуктов и услуг.

Обосновать варианты создания информационной системы на базе полной стоимости владения. Провести общий анализ вариантов реализации проектов информатизации.

Лекция 8. Тема 4.2. Тенденция развития информационного рынка.

Роль информационных технологий в развитии экономики и общества. Тенденция развития информационного рынка. Информатизация общества. Переход к информационному обществу. Формирование информационной культуры. Технологизация социального пространства.

Практические занятия

Тема 1.1 Основные информационные процессы при реализации информационных технологий.

Научиться обрабатывать данные, текстов, графики, знаний, объектов реального мира с применением прикладных программ.

Тема 1.2. Основные технологии производства информационных продуктов и услуг.

Использование открытой информационной системы на рабочем месте пользователя для получения необходимой информации.

Тема 2.1 Рынок информационных продуктов и услуг, как система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами.

Уметь применять совокупность средств, методов и условий, позволяющих использовать информационные ресурсы для решения поставленных задач.

Тема 2.2. Структура информационного рынка: основные области и сектора.

Разобрать на конкретных примерах техническую и технологическую, нормативно-правовую, информационную, организационную составляющие.

Тема 3.1. Составляющие рынка информационных продуктов и услуг.

Разработать базу данных любого участника информационного рынка.

Тема 3.2. Маркетинговые исследования информационного рынка.

Сбор, обработка и анализ данных по проектам информатизации. Построение модели стоимости ИС, расчет критерия эффективности.

Тема 4.1. Ценообразование на рынке информационных продуктов и услуг.

Построить модель полной стоимости владения информационной системой, приобретаемой у стороннего поставщика. Рассчитать критерий эффективности

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим (семинарским) занятиям, выполнение самостоятельных заданий,

изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Информационные технологии конечного пользователя.
2. Пользовательский интерфейс информационных технологий.
3. Применение информационных технологий на рабочем месте пользователя.
4. Мультимедийные информационные технологии.
5. Характеристика сетевых информационных технологий.
6. Виды телекоммуникационного взаимодействия. Технология открытых систем
7. Продукты и услуги информационного производства
8. Информационные издания (вторичные издания)
9. Рынок информационных продуктов и услуг: структура и характерные особенности
10. Информационное обеспечение и/или информационное обслуживание как составляющие единого информационного производства
11. Электронные издательства
12. Основные этапы развития информационного производства
13. Рынок информационных продуктов и услуг, как система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами.
14. Условия и механизмы функционирования рынка информационных услуг.
15. Рынок информации и информационных услуг и продуктов.
16. Рынки электронных сделок и глобальных электронных коммуникаций.
17. Рынок электронных глобальных коммуникаций. Интернет.
18. Совокупность средств, методов и условий, позволяющих использовать информационные ресурсы.
19. История развития рынка информационных продуктов и услуг
20. Возможности использования электронного бизнеса для распространения информационных продуктов и услуг
21. Сравнение различных классификаций рынка информационных продуктов и услуг
22. Характеристика основных секторов рынка информационных продуктов и услуг
23. История развития рынка деловой информации в России. Причины его слабости в России.
24. Виртуальные предприятия
25. Поставщики и потребители информационных продуктов и услуг.
26. Основные участники информационного рынка.
27. Издатели баз данных.
28. Операторы баз данных.
29. Информационные брокеры. Информационные брокеры и Интернет.
30. Библиотеки и информационные отделы организаций.
31. Компания Elsevier и ее услуги на рынке
32. Правила пользования базой данных Scopus
33. Качественная характеристика информационной структуры предприятия.
34. Субъекты информационного рынка и цели их изучения
35. Основные группы пользователей. Представление о «своих» и «сторонних» пользователях
36. Производители информационной продукции
37. Значение маркетингового исследования.

38. Основные этапы маркетингового исследования.
39. Цели исследования: описательные, поисковые, экспериментальные.
40. Отбор источников информации, первичные и вторичные данные.
41. Сбор информации. Досье. Анализ собранной информации. Представление результатов исследования.
42. Изучение информационных потребностей.
43. Разработка товарной номенклатуры
44. Стоимость информационной продукции и пути ее определения
45. Продвижение информационной продукции: интегрированный подход
46. Пути выявления информационных потребностей: общие положения
47. Выявление информационных потребностей в службах информации и библиотеках — структурных подразделениях учреждений
48. Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов и услуг

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Планируемые результаты обучения, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ОПК-2 - Способен проводить исследование и анализ рынка информационных систем и информационно-коммуникационных технологий, выбирать рациональные решения для управления бизнесом.

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-1 (ОПК-2). Использует современные принципы, методы и организационные формы управления для эффективного руководства организациями различных отраслей народного хозяйства и различных форм собственности	умеет РО-1 ИД-1 (ОПК-2) создавать новые бизнес-проекты на отечественном и зарубежном рынках ИКТ; организовывать взаимодействие с клиентами и партнерами на рынке ИКТ; разрабатывать маркетинговую стратегию продвижения ИКТ на основе инноваций в сфере ИКТ; РО-2 ИД-1 (ОПК-2) навыками оценки заполненности ниш рынка ИКТ и созданием новых бизнес-проектов используя информацию, позволяющую прогнозировать потребительский спрос для формирования предложения ИКТ; разрабатывать мероприятий по продвижению продукции на рынке ИКТ на основе инноваций в сфере ИКТ
ИД-2 (ОПК-2) Выстраивает деловые продуктивные межличностные контакты с коллегами, поддерживать формирование деловой микросоциальной (неформальной) среды в подчиненных коллективах, способствующей успешному выполнению поставленных перед ними задач	умеет РО-1 ИД-2 (ОПК-2) о мировых информационных ресурсах и основных участниках рынка мировых информационных ресурсов; закономерностей развития рынка мировых информационных ресурсов; новые бизнес-проекты на основе понятий и закономерностей использования информации в бизнесе; особенности функционирования рынка информационных ресурсов: особенности спроса, предложения, формирования рыночного равновесия и продвижения продукции на основе инноваций в сфере ИКТ РО-2 ИД-2 (ОПК-1) разработки бизнес-планов по созданию новых бизнес-проектов на основе инноваций в сфере ИКТ, выбором методов моделирования в зависимости от ситуации; моделированием и анализа систем с использованием различных методов и компьютерных средств их поддержки.

6.2 Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Темы докладов (сообщений)

1. Информационная экономика, как инновационное направление в сфере ИКТ.
2. Информационная индустрия и место новых бизнес-проектов в ней.
3. Область применения информационной экономики.
4. Информационные ресурсы и их роль в инновациях в сфере ИКТ.
5. Информационные услуги и продукты в новых бизнес-проектах.
6. Мультимедийные информационные технологии в инновациях в сфере ИКТ.
7. Характеристика сетевых информационных технологий в новых бизнес-проектах.
8. Виды телекоммуникационного взаимодействия.
9. Технология открытых систем.
10. Оценка стоимости программного средства.
11. Базовые информационные технологии в инновациях в сфере ИКТ.
12. Технологии архитектуры «клиент-сервер».
13. Технологии многопроцессорной обработки.
14. Технологии нейровычислений в инновациях в сфере ИКТ.
15. Технологии автоматизированного проектирования (CASE-технологии).
16. Телекоммуникационные технологии.
17. Системы управления базами данных (СУБД).
18. Технологии информационных хранилищ в инновациях в сфере ИКТ.
19. Экспертные системы (ЭС).
20. Геоинформационные технологии (ГИС).
21. Мультимедиа-технологии и технологии создания виртуальной реальности.
22. Технологии цифрааналоговых преобразований в инновациях в сфере ИКТ.
23. Технологии человеко-машинного интерфейса.
24. Понятие и сущность информационного маркетинга. Информация как предмет коммерческого распространения и потребления.
25. Проблемы информационного бизнеса в настоящее время.
26. Понятие, свойства, способы классификации информации. Информационные ресурсы, продукты, технологии в инновациях в сфере ИКТ.
27. Информационные ресурсы, продукты, технологии. Понятие компьютерных технологий. Основные элементы компьютерных технологий. Взаимосвязь понятий информационного рынка.
28. Особенности рынков ИПУ и их влияние на специфику информационного маркетинга.

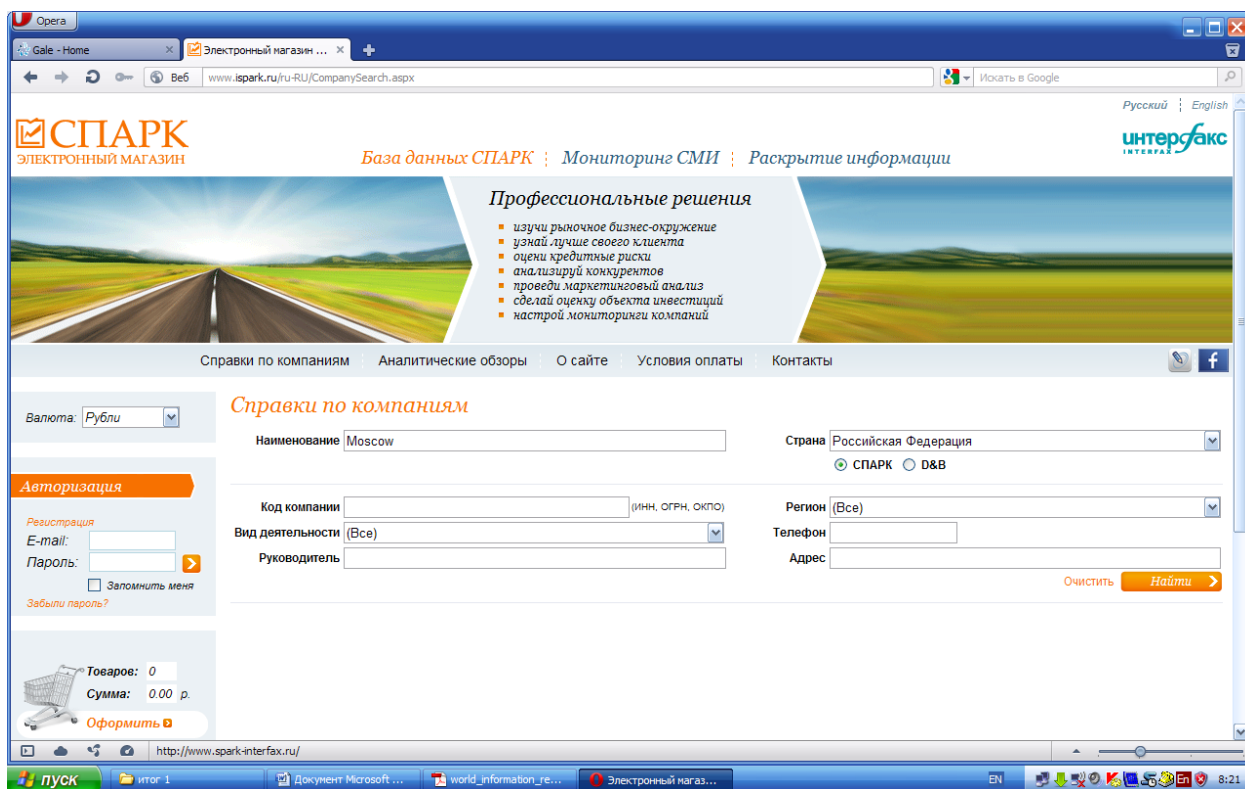
29. Особенности маркетинга информационных продуктов и услуг. Состояние российского информационного рынка.
30. Особенности спроса и предложения на рынке ИПУ в России. Особенности предлагаемых товаров и товарной политики на рынке ИПУ в России.
31. Состояние и особенности российского информационного рынка и информационных ресурсов. Сравнение мирового и российского рынков компьютерных технологий.
32. Особенности деятельности участников компьютерного рынка России на разных этапах его развития
33. Формы представления информации на рынке ИПУ. Особенности компьютерных технологии как объекта маркетинговых исследований.
34. Организация исследований рынка ИПУ. Методы маркетинговых исследований рынка ИПУ.
35. Характеристики российских корпоративных заказчиков, приобретающих компьютерные технологии.
36. Сегментация рынка ИПУ. Использование возможностей информационного рынка для сегментации.
37. Специфические признаки сегментации, применяемые для сегментации рынка ПО.
38. Информационные продукты и услуги как товар. Три аспекта представления ИПУ как товар с точки зрения маркетинга
39. Оценка конкурентоспособности ИПУ. Методы оценки.
40. Формирование линейного интегрального показателя полезности информационного продукта.
41. Законодательство России в сфере компьютерного права
42. Расчет затрат на разработку ПП.
43. Ценообразование на рынке информационных услуг. Факторы, определяющие цену ИПУ.
44. Модель цены на программный продукт Нижний и верхний пределы цены на программные продукты
45. Сервис на рынке ИПУ.
46. Особенности ИПУ, влияющие на процессы товародвижения.
47. Особенности выбора каналов распространения ИПУ Критерии выбора сбытового канала на рынке ИПУ.
48. Определение целесообразного канала распространения ИПУ. Сравнение расходов для двух каналов сбыта.
49. Методы продвижения информационных продуктов и услуг на рынок.
50. Специфика электронной коммерции. Виртуальные магазины.
51. Интернет-трейдинг. Интернет-аукционы.
52. Платежные системы в Интернет.
53. Организация процесса рекламной кампании ИПУ.
54. Расчет показателей выставочной активности фирмы на информационном рынке.
55. Особенности рекламы в Internet

Практические задания

Задание 1. Информационные корпорации, специализирующиеся на коммерческой информации в новых бизнес-проектах.

Задание 1. Ресурсы компании Dun & Bradstreet в новых бизнес-проектах.

1. Наберите адрес сайта компании <http://www.dnb.com>. Перейдите на русскую версию сайта, выбрав из раскрывающегося списка Russia-CIS. Исследуйте структуру сайта.
2. Используя ссылку «Поиск компании» заполните форму.



3. Обратите внимание на дополнительные параметры поиска.
4. Начните поиск. Исследуйте полученный список. Заполните таблицу (любые 10).

№ п.п.	Название организации

5. В поле введите название фирмы, например, Toyota. Затем, выберите США, введите в поле и осуществите поиск. Результат представить в таблице:

Страна	Город	Название фирмы	Количество найденных записей

6. Обратите внимание, что вся аналитическая информация платная.

Задание 2. QuestelOrbit в инновациях в сфере ИКТ.

1. Наберите ссылку <http://www.questel.orbit.com> и перейдите на сайт информационной корпорации.
2. На вкладке About Us выберите Corporate Information.

3. Составьте описание деятельности фирмы на русском языке.

Задание 3. LexisNexis в инновациях в сфере ИКТ.

1. Наберите ссылку <http://www.lexisnexis.com> и перейдите на сайт корпорации. Выберите ссылку Worldwide, а в ней Russia. Тем самым Вы перейдете на русскую версию сайта.
2. Изучите ресурсы, которые предоставляет корпорация (вкладка Наши решения-Сектор).

Задание 4. Исследование предлагаемых на русскоязычных сайтах информационных услуг и продуктов в новых бизнес-проектах.

1. Заполните таблицу об информационных агентствах России и ближнего зарубежья.

№ п/п	Название	Страна	Адрес	Телефон	Вид информации

Задание 2 Системы справочной правовой информации в новых бизнес-проектах.

Задание 1. КонсультантПлюс.

1. Ознакомьтесь с сайтом КонсультантПлюс.
2. Исследуйте главную страницу и ее навигационную панель. В отчете представьте информацию о компании и продуктах.
3. Найдите Постановления Госкомстата РФ, в отчете представьте список найденных документов в виде таблицы:

№ п.п.	Наименование постановления	Дата документа	Дата последней редакции

4. Найдите действующие документы, которые регулируют вопрос об исключении двойного налогообложения в отношении граждан России и граждан зарубежных стран, в отчете представьте список действующих документов.

5. Найдите действующие документы, с номером 200. В отчете представьте перечень найденных документов.

6. Найдите действующие документы, изданные органами, проводящими государственную политику и осуществляющими управление в сфере торговли и питания в стране. (Минторг СССР, Минторг РФ, Минторг РСФСР, Роскомторг, Министерство внешних экономических связей и торговли РФ). Результат представьте в таблице:

Наименование ведомства	Количество действующих документов

Задание 2. Гарант.

1. Ознакомьтесь с сайтом правовой системы Гарант. Исследуйте структуру сайта. В отчете приведите информацию о компании и продуктах.
2. В системе найдите документ «Производственный календарь 2015». Изучите этот документ, в отчете представьте порядок работы в предпраздничные дни.

3. Найдите действующие документы, с номером 200. В отчете представьте перечень найденных документов. Сравните полученный перечень с перечнем документов, полученных с помощью системы КонсультантПлюс.

Задание 3. Референт.

1. Ознакомьтесь с сайтом правовой системы Референт. В отчете приведите информацию о компании и продуктах, карту сайта.

Задание 4. Intralex.

1. Ознакомьтесь с сайтом. В отчете представьте информацию о компании и продуктах.

Задание 3 Информационные ресурсы в области биржевой и финансовой информации в инновациях в сфере ИКТ.

Задание 1. Агентство Рейтер.

1. Ознакомьтесь с сайтом Агентства Рейтер. Перейдите на русскую версию сайта.

2. Исследуйте главную страницу и ее навигационную панель. В отчете представьте последние новости бизнеса и экономики.

3. С помощью валютного калькулятора в отчете приведите соотношение валют: Евро/доллар, Евро/Рубль, доллар/Рубль, Евро/Фунт стерлингов, доллар/Фунт стерлингов, Фунт стерлингов/рубль.

4. Откройте раздел О Томсон Рейтер. В отчете представьте краткое описание продуктов компании.

Задание 2. Информационное агентство РосБизнесКонсалтинг.

1. Ознакомьтесь с сайтом агентства РБК.

2. С помощью вкладки исследования представить данные о содержащейся информации по теме Мониторинги рынков.

3. Отчет должен содержать перечень представленных по теме статей и их краткое содержание.

4. Открыть карту рынка (вкладка Quote). В отчете представить информацию об объемах торгов на фондовых биржах за 3 месяца, месяц, неделю.

Наименование фондовой биржи	Неделя (USD)	Месяц (USD)	3 месяца(USD)
РТС			
ММВБ			

Задание 3. АК&М.

1. Ознакомьтесь с сайтом. В отчете представьте информацию о компании.

2. В отчете представьте описание имеющихся баз данных.

Задание 4. Финмаркет.

1. Ознакомьтесь с сайтом. В отчете представьте информацию о компании.

2. В отчете представьте рейтинг банков по количеству выпущенных новостей за прошедшую неделю, за месяц (для отчета взять первых 10 предприятий с указанием количества выпущенных новостей).

Задание 5. Прайм-Тасс.

1. Ознакомьтесь с сайтом. В отчете представьте информацию о компании.

2. В отчете представьте перечень продуктов и услуг, предлагаемых компанией с указанием периодичности их предоставления подписчикам.

Задание 5 Образовательные информационные ресурсы в новых бизнес-проектах.

1. Найти каталог образовательных информационных ресурсов сети Интернет. В отчете представить перечень Федеральных информационно-образовательных порталов и Федеральных информационно-образовательных ресурсов с указанием их электронного адреса.

2. Открыть портал Информационно-коммуникационные технологии в образовании.

3. Ознакомиться со структурой портала. В разделе Библиотека найти электронных версий учебно-методических материалов по направлениям: «Информационная безопасность и защита компьютерной информации», «Прикладная информатика». Результаты представить в таблице:

Наименование направления	Наименование раздела	Количество материалов

4. Привести более подробное описание по разделу «Защита информационных процессов в компьютерных системах», «Корпоративные информационные системы». В отчете привести не менее 7 изданий. Результат оформить в таблице:

Авторы	Год издания	Библ. тип	Библ. ссылка	Аннотация

5. В разделе Конференции найти доклад «Компьютерная поддержка системы качества». В отчете представить название конференции, секции, полное название доклада и указать авторов.

6. Открыть Федеральный образовательный портал – экономика, социология, менеджмент. Изучить структуру сайта. Изучить перечень учебных изданий по разделам: Эконометрика, Экономическая статистика, Экономика фирмы. Результаты представить в таблице:

Наименование раздела	Количество публикаций в разделе

7. По разделу Экономика фирмы найти интернет-ресурсы, в отчете привести их описание: Название ресурса, адрес в сети Internet, краткое описание.

Задание 6 Методы описания и классификация информационных массивов в новых бизнес-проектах.

1. В сети Интернет найти сайт НТЦ "Информрегистр". Изучить содержание сайта. В отчете представить:

– перечень наименований основополагающих нормативных документов, определяющих правовые основы деятельности НТЦ "Информрегистр".

– правила регистрации электронных изданий.

2. На сайте найти перечень информационных ресурсов, зарегистрированных в госрегистре, результат работы представить в таблице.

Наименование группы ресурсов	Кол-во найденных БД	Кол-во БД созданных или обновленных в текущем году
Информатика		
Информационная служба		
Защита информации		
Сетевые технологии		
Обучающая система		

3. Из числа найденных БД, созданных или обновленных в текущем году, проанализировать по 3 БД каждого направления. Результаты представить в таблице.

Наименование ресурса	Год создания	Дата обновления информации	Период обновления	Объем ресурса (тыс. записей)	Объем ресурса (Мб)	Сетевой адрес	№ госрегистрации	Владелец ресурса

4. В отчете представить описание отобранных в п.3 информационных массивов в соответствии с набором данных, предназначенных для описания массивов, программных документов, представленных в Интернете:

- содержание информационного массива;
- источник информационного массива;
- принадлежность информационного массива к определенной организационной или информационной системе;
- форма собственности: государственная, муниципальная, собственность общественных организаций, акционерная, частная;
- характер использования информационного массива (назначение): массовые, образовательные, управленческие, межведомственные, ведомственные, региональные, внутрифирменные, личные и другие БД; объем информационного массива (выраженный в сопоставимых единицах измерения);
- открытость информации: открытая, секретная, конфиденциальная;
- форма представления информации: текстовая, цифровая, графическая, мультимедийная и др.;
- носитель ИР: электронный, бумажный и др.
- способ распространения информации: сети (глобальные, локальные), эфирное вещание, полиграфические издания и проч.

5. На сайте найти перечень статей, соответствующих заданному поисковому запросу. Результат представить в таблице.

Поисковая фраза	Название статьи	Авторы	Журнал	Дата и № регистрации
Электронная коммерция				
Информационные технологии				
Информационная				

безопасность				
--------------	--	--	--	--

6. Перейти на сайт Государственного научно-исследовательский института информационных технологий и телекоммуникаций. Изучить структуру сайта.

7. Открыть Федеральный портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». Открыть полнотекстовую учебно-методическую библиотеку.

8. Произвести отбор информационных ресурсов по следующим критериям:

- Уровень образования – профессиональное;
- Аудитория – учащийся;
- Типы Интернет-ресурсов для системы образования – учебные материалы.

9. Затем произвести отбор по представленным выше критериям в каталоге. Результаты работы представить в таблице.

Поисковый запрос	Ресурсов всего в библиотеке	Отобранных ресурсов всего в библиотеке	Ресурсов всего в каталоге	Отобранных ресурсов всего в каталоге
Информационная безопасность				
Информатика				
Компьютерная графика				
Образовательные технологии				

Задание 7 Учет и регистрация информационных ресурсов в инновациях в сфере ИКТ.

1. Найти сайт федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (ропатент). Изучить карту сайта и представьте ее в отчете.

2. В сети Интернет найти сайт Объединения «Росинформресурс». Изучить содержание сайта. В отчете представить перечень направлений деятельности объединения. Описать базы данных созданные объединением.

3. Представить характеристику баз данных, содержащихся в электронном каталоге Объединения «Росинформресурс» (<http://ecatalog.csti.yar.ru/index.php?dr=5&rubNumber=23>). Результаты представить в таблице.

Наименование группы баз данных	Кол-во найденных БД

5. Из каждой группы БД для анализа взять по 5 БД. Проанализировать выбранные БД по группе показателей. Результаты представить в таблице.

Название БД	Краткое описание	Год создания	Вид документа	Количество документов	Язык

6. На сайте в базах данных найти и описать имеющиеся научно-технические разработки в сфере информатики. Результат представить в таблице.

Название БД	УДК	Шифр	Раздел НИТ	Назначение новшества	Рекомендация для отраслей промышленности	Отличие от аналогов	Ожидаемый эффект

7. В электронном каталоге произвести поиск информации по заданному поисковому запросу. Результаты работы представить в таблице.

Поисковый запрос	Кол-во найденных документов
Информационные технологии	
Информационные системы	
Информатика	
Базы данных	

8. В отчете представить описание 5 найденных документов по каждому поисковому запросу.

Оформите отчет по работе в формате doc (docx) и вышлите его преподавателю на электронную почту, указав в качестве имени файла свою фамилию и шифр групп.

Контрольные работы

Контрольная работа №1

«Понятие информационного продукта и услуг в новых бизнес-проектах»

Вариант 1

Дайте описание и приведите примеры особенностей информационного продукта. Составьте классификацию информационных продуктов, используемых в вузе.

Вариант 2

Дайте описание и приведите примеры особенностей информационной услуги. Составьте классификацию информационных услуг, предоставляемых издательством.

Вариант 3

Дайте описание и приведите примеры особенностей информационного процесса. Составьте классификацию информационных процессов вуза.

Контрольная работа №2

«Структура информационного рынка: основные области и сектора в новых бизнес-проектах»

В процессе контрольной работы студенты анализируют один из секторов информационного рынка по заданию преподавателя. Контрольная работа выполняется с использованием PowerPoint.

Первый слайд-титальный лист. Начиная со второго слайда идет анализ предприятия функционирующего на рынке информационных продуктов и услуг.

Последний слайд список использованных источников. Все слайды должны быть пронумерованы. Титульный лист выполняется в WORD по образцу вуза.

Аналитическая часть контрольной работы.

Традиционный бизнес-менеджмент не дает исчерпывающих рекомендаций на период нестабильности, в который как раз и вступают компании сферы информационного бизнеса.

Именно из-за экзистенциальной неуверенности фирма нуждается в прочных архитектурных и конструкционных рамках, внутри которых она могла бы гибко реагировать на происходящие изменения. Суть и значение электронного бизнеса для корпорации можно раскрыть только в том случае, если рассматривать единую технологическую основу информационно-коммуникационных средств и деловых коммуникаций. Такая организационно-технологическая основа обладает особыми свойствами, которые обеспечивают превосходство над прежними средствами корпоративных коммуникаций. Исчезновение расстояния между компьютерами и, как результат, исчезновение времени между организационными подразделениями и между компаниями – главная характеристика нового коммуникативного средства.

Современная корпорация основана на разделении труда и рабочих операций. В процессе создания (добавления) стоимости она встроена в сложные взаимоотношения с клиентами, партнерами и поставщиками и может существовать в этих отношениях только на основе четкой дифференциации своей роли и своей продукции. Любое улучшение средств и технологий бизнес-коммуникаций привело к прогрессивному процессу специализации внутри компании и внутри отрасли в целом. Постоянно растущая экономия на масштабах вызывает возникновение массового производства и массовой дистрибуции товаров и услуг. Сложившиеся таким образом социо-экономические системы (в которых увязаны как крупные корпорации, имеющие свои подразделения по всему миру, так и региональные и функциональные оференты) лучше всего описать как сеть взаимосвязей по созданию (добавлению) стоимости.

Сегодня перед каждой компанией стоит проблема соотношения объема внешней и внутренней "сетевизации" и несовместимость используемых коммуникативных средств, что приводит к усложнению процедур ведения дел и фрагментации знаний о состоянии фирмы. В этих условиях электронный бизнес на новой организационно-технологической основе наиболее эффективен с учетом следующих позиций:

- интеграция бизнес-процессов (как внутренних, так и с клиентами, поставщиками и партнерами) с целью установления новых, более эффективных с точки зрения главного центра принятия решений взаимосвязей между функциями и лицами, дифференцированными в соответствии с принципами разделения труда;
- интеграция знаний с целью создания в компании корпоративного интеллектуального ресурса и предоставления всех имеющихся знаний в распоряжение соответствующего центра принятия решений.

С этих позиций целесообразно рассматривать модификации в структурно-функциональной организации бизнеса в данной сфере экономики, в частности, внутрифирменное разделение труда и новую внешнюю дифференциацию ролей. Таким образом, потенциал развития фирмы, определяемый с позиций интеграции бизнес-процессов и бизнес-знаний, заключается в способности к осуществлению взаимодействия через все имеющиеся технические и организационные системные границы, что неизбежно меняет установившиеся взаимосвязи в структуре транзакционных издержек.

Данная контрольная работа может рассматриваться как исследовательская задача комплексного анализа коммерческой деятельности фирм представителей определенного сектора рынка, позиционирующих на рынке информационных услуг и продуктов.

Описание должно включать:

- обобщенную модель рынка;
- описание фирм-участников рынка

- описание спектра предоставляемых информационных услуг и продуктов;
 - описание конкурентной позиции на рынке информационных услуг и продуктов;
 - целевая аудитория;
 - маркетинговые коммуникации;
 - описание технологии взаимодействия с клиентами, условия и специфика договорных отношений;
 - современное состояние каждого из рынков, удовлетворенность сегмента потребителей
 - ценообразование на рынке на товары и услуги.
 - выделить достоинства и недостатки (с Вашей точки зрения).
- Всю информацию представить в табличном виде и в виде диаграмм.

Варианты контрольной работы:

Вариант №1 Образование

Вариант №2 Научные исследования и разработки

Вариант №3 Средства массовой информации и связь

Вариант №4 Информационные машины и оборудование,

Вариант №5 Информационные услуги.

Тест

1. Информационный ресурс в новых бизнес-проектах – это:

- а) техническое устройство для хранения информации;
- б) сырье для деятельности информационной индустрии;
- в) устройства ввода и вывода информации.

2. Информационный продукт в инновациях в сфере ИКТ представляет собой:

- а) разработанное прикладное программное обеспечение;
- б) документированный информационный ресурс, выдаваемый в виде товара;
- в) информационная система предприятия.

3. Рынок информационных продуктов и услуг в новых бизнес-проектах – это:

- а) автоматизированная система продаж информационных услуг;
- б) интернет-магазин;
- в) система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуальной деятельности на коммерческой основе.

4. Информационная культура общества в инновациях в сфере ИКТ предполагает:

- а) знание об информационных продуктах и услугах;
- б) умение использовать современное программное обеспечение;
- в) умение работать с информационными ресурсами и средствами информационных коммуникаций;
- г) знания о современном аппаратном обеспечении.

5. Что такое ИКТ в новых бизнес-проектах?

- а) комплекс программных и технических средств для профессиональной деятельности;
- б) комплекс информационных систем для сбора и обработки информации;

в) ИКТ – совокупность методов, производственных процессов, программно-технических средств, интегрированных с целью сбора, обработки, хранения, распространения и использования информации.

6. Какая информация относится к сектору «деловая информация» в инновациях в сфере ИКТ на рынке информационных продуктов и услуг?

- а) коммерческая информация;
- б) характеристики аппаратных средств компьютеров;
- в) комплекс информационных средств на предприятии.

7. Одной из основных функций службы маркетинга компании при продажах ИКТ продукции в новых бизнес-проектах:

- а) расширение ассортимента;
- б) улучшение условий труда;
- в) мотивация организации продаж.

8. На что направлена стратегия «проталкивания» ИКТ- продукта в инновациях в сфере ИКТ?

- а) на получение быстрой прибыли;
- б) на получение максимальной прибыли;
- в) на повышение оплаты труда.

9. Реселлер в новых бизнес-проектах - это:

- а) компания, предоставляющая дополнительные возможности и услуги к продаваемым продуктам других поставщиков;
- б) склад продаваемых продуктов;
- в) способ доставки продаваемых товаров

10. Максимальный размер цены ИКТ продукта определяется:

- а) предложением;
- б) спросом;
- в) наличием продукта;
- г) качеством продукта.

11. Политика максимальной возможной начальной цены с ее постепенным снижением в новых бизнес-проектах, применяемой к новым товарам называется:

- а) политика «нового товара»;
- б) политика «максимальной прибыли»;
- в) политика «снятия сливок».

12. Метод ценообразования по которому фирма прежде всего ориентируется на конкурентов называется:

- а) метод установления цены по аналогии;
- б) метод конкуренции;
- в) метод справедливой цены.

13. Метод в новых бизнес-проектах, в котором главным фактором ценообразования является восприятие и оценка товара покупателем называется:

- а) метод анализа спроса;
- б) метод установления цены на основе ощущения потребительской ценности товара;
- в) метод анализа предложения.

14. Главное отличие затратных и параметрических методов ценообразования на ИКТ продукцию:

- а) отличия нет;
- б) первые учитывают цену основных параметров товаров, а вторые – себестоимость;
- в) первые учитывают себестоимость, а вторые цену основных параметров товара

15. Цена безубыточности – это, как правило:

- а) рыночная цена, ориентированная на предложение;
- б) рыночная цена, ориентированная на спрос;
- в) рыночная цена, ориентированная на качество товара.

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список экзаменационных вопросов

ОПК-2 знать

1. Информационные технологии конечного пользователя в инновациях в сфере ИКТ.
2. Пользовательский интерфейс информационных технологий в новых бизнес-проектах.
3. Применение информационных технологий на рабочем месте пользователя в инновациях в сфере ИКТ.
4. Мультимедийные информационные технологии в новых бизнес-проектах.
5. Характеристика сетевых информационных технологий в инновациях в сфере ИКТ.
6. Виды телекоммуникационного взаимодействия. Технология открытых систем
7. . Продукты и услуги информационного производства в новых бизнес-проектах.
8. Информационные издания (вторичные издания) в инновациях в сфере ИКТ
9. Рынок информационных продуктов и услуг: структура и характерные особенности в новых бизнес-проектах.
10. Информационное обеспечение и/или информационное обслуживание как составляющие единого информационного производства
11. Электронные издательства в инновациях в сфере ИКТ
12. Основные этапы развития информационного производства в новых бизнес-проектах.
13. Рынок информационных продуктов и услуг, как система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными продуктами.
14. Условия и механизмы функционирования рынка информационных услуг в инновациях в сфере ИКТ.
15. Рынок информации и информационных услуг и продуктов.
16. Рынки электронных сделок и глобальных электронных коммуникаций в новых бизнес-проектах.
17. Рынок электронных глобальных коммуникаций. Интернет.
18. Совокупность средств, методов и условий, позволяющих использовать информационные ресурсы в инновациях в сфере ИКТ.
19. Поставщики и потребители информационных продуктов и услуг.
20. Основные участники информационного рынка в новых бизнес-проектах.
21. Издатели баз данных.

22. Операторы баз данных в инновациях в сфере ИКТ.
23. Информационные брокеры. Информационные брокеры и Интернет.
24. Библиотеки и информационные отделы организаций.
25. Значение маркетингового исследования в инновациях в сфере ИКТ.
26. Основные этапы маркетингового исследования.
27. Цели исследования: описательные, поисковые, экспериментальные.
28. Отбор источников информации, первичные и вторичные данные в инновациях в сфере ИКТ.
29. Сбор информации. Досье. Анализ собранной информации. Представление результатов исследования в новых бизнес-проектах.
30. Изучение информационных потребностей.
31. Разработка товарной номенклатуры в инновациях в сфере ИКТ
32. Стоимость информационной продукции и пути ее определения
33. Продвижение информационной продукции: интегрированный подход
34. Пути выявления информационных потребностей: общие положения в инновациях в сфере ИКТ
35. Выявление информационных потребностей в службах информации и библиотеках — структурных подразделениях учреждений в новых бизнес-проектах.
36. Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов и услуг.
37. Понятие информационного продукта и услуг. Материальный и нематериальный продукт информационного производства. Классификация информационных продуктов и услуг.
38. Технологические процессы обработки данных, текстов, графики, знаний, объектов реального мира. Основные информационные процессы при реализации информационных технологий.
39. Структура рынка информационных продуктов и услуг. Техническая и технологическая составляющая в инновациях в сфере ИКТ.
40. Структура рынка информационных продуктов и услуг. Нормативно-правовая составляющая. Информационная составляющая в новых бизнес-проектах.
41. Структура рынка информационных продуктов и услуг. Организационная составляющая.
42. Инфраструктура информационного рынка как - совокупность секторов.
43. Ценообразование на рынке информационных товаров и услуг в инновациях в сфере ИКТ.
44. Обоснование варианта создания информационной системы на базе полной стоимости владения. Общий анализ вариантов реализации проектов информатизации.
45. Модель полной стоимости владения информационной системой, приобретаемой у стороннего поставщика. Составляющие издержек. Критерий эффективности.
46. Роль информационных технологий в развитии экономики и общества. Тенденция развития информационного рынка в новых бизнес-проектах.
47. Информатизация общества. Переход к информационному обществу. Формирование информационной культуры.
48. Становление информационной экономики. Технологизация социального пространства в инновациях в сфере ИКТ.

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Экзамен. Критерии выставления оценок

На экзамен выносятся вопросы, охватывающие все содержание учебной дисциплины.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме экзамена выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме экзамена выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;
- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и проследивать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме экзамена выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- скрытое или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«Отлично» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«Хорошо» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«Удовлетворительно» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«Неудовлетворительно» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

В случае, когда для проведения промежуточной аттестации в форме тестирования используется шкала, включающая оценки «зачтено» и «не зачтено», то

«Зачтено» обучающиеся получают в том случае, если верные ответы составляют от 50% до 100% от общего количества

«Не зачтено» обучающиеся получают в том случае, если верные ответы на тест составляют менее 50 %.

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

Основная литература

1. Звездин С.В. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / Звездин С.В.. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 368 с. — ISBN 978-5-4497-0895-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/102020.html>

Дополнительная литература

1. Провалов, В.С. Информационные технологии управления : учебное пособие / В.С. Провалов. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2018. – 374 с. – (Экономика и управление). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=69111>

2. Игрунова, О.М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг : учебное издание / О.М. Игрунова. - 2-е изд., стер. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - Ч. 1. - 102 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6041-6; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»

2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

3. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф

Справочно-поисковые системы:

Российская государственная библиотека. – Режим доступа: <https://www.rsl.ru/>

Российская национальная библиотека. – Режим доступа: <http://nlr.ru>

Государственная публичная научно-техническая библиотека (ГПНТБ) России. –

Режим доступа: <http://www.gpntb.ru/>

Библиотека Конгресса США. – Режим доступа: <http://loc.gov>

Британская библиотека. – Режим доступа: <http://blpc.bl.uk>

Центральная государственная публичная библиотека им. В.В. Маяковского. – Режим
<http://www.pl.spb.ru/>

Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина – Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

Информационное агентство «Интегрум-Техно». – Режим доступа: <https://integrum.ru/>

Профессиональные ресурсы и базы данных:

Государственный научно-исследовательский институт информационных технологий
и телекоммуникаций <http://www.informika.ru/>

Поисковая система Google. – Режим доступа: <https://www.google.ru/>

Поисковая система Yandex. – Режим доступа: <https://yandex.ru/>

Федеральный портал «Российское образование» <http://edu.ru/>

9. Лицензионное программное обеспечение

- Notepad++ 7.5.8
- Oracle Java SE 8u181
- Visual Studio Community 2017
- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro

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

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно: _____;

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;

- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием);

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);
- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.