МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова

Кафедра управления и предпринимательства

УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета

(подпись) Д. Ю. Брюханов

«18» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины
«Информационный бизнес»

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Профиль «Управление проектами»

Форма обучения
Очная

Программа одобрена
на заседании кафедры
от «11» мая 2022 г., протокол №8

Программа одобрена НМК
экономического факультета
протокол №5 от «11» мая 2022 г.

Ярославль, 2022

1. Цели освоения дисциплины

Целью данного курса является формирование у студентов знаний об информационном бизнесе и практических навыков по получению и использованию информационных ресурсов и технологий при принятии управленческих решений в экономике. На основании изучения теоретических основ информационного бизнеса в контексте глобальных изменений экономических систем студенты должны выработать практические навыки в области управления информационной деятельностью на уровне фирмы, планирования и организации процессов НИОКР, принятия и обоснования решений о методах коммерциализации научно-технических инноваций в условиях неопределенности и риска, управления проектами.

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата

Дисциплина «Информационный бизнес» относится к числу дисциплин по выбору студента. Дисциплина находится в тесной взаимосвязи с такими предметами как: «Экономическая информатика», «Информационные технологии в управлении», «Маркетинг».

Знания, умения и навыки, полученные студентами при изучении дисциплины «Информационный бизнес», будут востребованы при последующем изучении таких учебных дисциплин как «Интернет-реклама», «Управление проектами», «Управление инновационными проектами» и ряда других. Информационные процессы представляют собой достаточно специфичный, масштабный, сложный, разнообразный по своему содержанию объект управления, который требует использования специальных форм и методов управленческого воздействия для эффективного развития. В современных условиях модернизации экономики страны, когда нововведения стали непременным элементом всех структур: от органов государственного управления до крупных и малых предприятий, использование методов информационного менеджмента становится важнейшим фактором экономического развития страны, выживания и коммерческого успеха.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОП бакалавриата

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ОП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Код компетенции	Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка	Перечень планируемых результатов обучения
Универсальные компетенции			
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	**УК 2.2.** Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	**Знать:** • основные направления информационного бизнеса; • особенности ведения информационного бизнеса; • характеристики основных секторов мирового рынка информационных услуг и рынка информационных услуг России; • возможности использования современных информационных технологий при принятии управленческих решений. **Уметь:** • использовать информацию, полученную в результате исследований при принятии управленческих; • разрабатывать программы осуществления информационных изменений и оценивать их эффективность; • проводить анализ и выбор прикладных программных продуктов для информатизации управленческой деятельности **Владеть:** • навыками создания и организации информационного бизнеса; • методиками поиска деловой информации в интересах предпринимательской деятельности на базе современных

			информационных технологий; • приемами использования деловой информации при принятии управленческих решений;

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Очная форма
Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единиц, 72 акад. часов.

п/п	**Темы (разделы) дисциплины, их содержание**	**Семестр**	**Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)**						**Контроль СРС**	**Формы текущего контроля успеваемости** **Форма промежуточной аттестации** ***(по семестрам)***
			Контактная работа							
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационные испытания	самостоятельная работа		
1	Ведение в информационный бизнес. Проектирование информационных систем.	7	4	4				2		Тестирование.
	в том числе с ЭО и ДОТ									Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - тест для самоподготовки
2	Мировой рынок информационных ресурсов	7	4	4				2		Тестирование
	в том числе с ЭО и ДОТ							2		Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - тест для самоподготовки
3	Мировой рынок	7	6	8				2		Разработка и обсуждение

	информационных и коммуникационных технологий.									презентаций по мировому рынку информационных технологий. Тестирование.
	в том числе с ЭО и ДОТ							2		Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - тест для самоподготовки
4	Информационные ресурсы и рынок ИКТ в России.	7	8	8				4		Разработка и обсуждение презентаций по российскому рынку информационных технологий. Тестирование
	в том числе с ЭО и ДОТ							1		Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - тест для самоподготовки
5	Фирмы и государство в системе отношений информационного бизнеса.	7	4	4				2		Тестирование
	в том числе с ЭО и ДОТ							1		Материалы в LMS Moodle: - презентация; - конспект лекций; - тест для самоподготовки
	Всего	**72**	**26**	**28**		**5**		**12,7**	**0,3**	**Зачет**

Содержание разделов дисциплины:

Тема №1 «Введение в информационный бизнес. Проектирование информационных систем»
Предмет, задачи и содержание курса. Информация и основные подходы к ее определению. Особенности информации как товара. Информационная система и ее характеристики. Особенности проектирования информационных систем ворганизации. Информационные ресурсы и их характеристика. Структурно-функциональная модель международного информационного бизнеса. Информационные технологии и их состав.

Тема2. «Мировой рынок информационных ресурсов»

практическое занятие в мини-группах и составление аналитического отчета, который включает в себя:

- виды услуг и составляющие мирового информационного рынка;
- основные субъекты мирового рынка информационных ресурсов;
- информационные продукты ведущих агентств на мировом информационном рынке: DUN & BRADSTREET, LEXIS-NEXIS, QUESTEL-ORBIT, Reuters, Dow Jones, Bloomberg.
- сравнительный анализ информационных продуктов ведущих информационных агентств.

Тема 3. «Мировой рынок информационных и коммуникационных технологий»

практическое занятие в мини-группах и составление аналитического отчета, который включает в себя:

- сущность и структура мирового рынка ИКТ;
- конкурентная среда на мировом рынке информационных технологий;
- мировой рынок микропроцессоров;
- мировой рынок программного обеспечения;
- мировой рынок телекоммуникаций;

Тема 4. «Информационные ресурсы и рынок ИКТ в России»

практическое занятие в мини-группах и составление аналитического отчета, который включает в себя:

- понятие и состав государственных информационных ресурсов;
- ведущие агентства на российском рынке информационных ресурсов: Финмаркет, ГАРАНТ-Сервис, РБК, AK&M, Interfax;
- программные продукты по управлению проектами
- общая характеристика российского рынка ИКТ.
- сравнительный анализ отечественных информационных ресурсов и технологий и зарубежных аналогов, которые были рассмотрены в темах №№ 2, 3

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ по темам №№ 2-5 с выполнением итогового контрольно-практического задания, включающего в себя:

- выбор сферы международного информационного бизнеса;
- выбор конкретного информационного ресурса или элемента ИКТ;
- проведение анализа мирового рынка выбранного сегмента;
- обоснование выбора конкретного ресурса или элемента ИКТ;

На основании этого необходимо:

- предложить конкретные фирмы (или представительства иностранных фирм), где можно приобрести и по каким ценам выбранный ресурс или элемент ИКТ;
- сделать резюме о целесообразности использования данного продукта;
- рассчитать необходимую сумму инвестиций на внедрение и использование информационного ресурса (элемента ИКТ).

5. Образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

Лекции. Содержание лекции должно охватывать либо тему в целом, либо ее логически завершенную часть. Последовательность изложения лекционного материала должна по возможности учитывать его востребованность в параллельно выполняемых заданиях. Одновременно для лучшего восприятия лекционного материала используется визуальный материал в виде презентаций Power Point. Это позволяет одновременно задействовать несколько каналов восприятия и за счет постоянного переключения каналов, достичь большей концентрации внимания. Презентации сопровождены примерами из практики, что способствует лучшему запоминанию материала.

Структурное изложение лекции должно способствовать появлению и постоянному поддержанию интереса к изучаемой теме, что достигается за счет приведения достаточного количества примеров из практики, как положительных, так и отрицательных. Понимание последствий принятых ранее решений в области маркетинга территорий на конкретном примере ведет к появлению мотивации на получение знаний из этой области. По этим причинам логика изложения материала должна быть построена от примеров к теории, а не наоборот. Возможно использование одного примера по всей теме изучения, или нескольких, но в этом случае слушатели чаще запоминают избирательно, в зависимости от нестандартности приведенного случая, что может отрицательно сказаться на комплексном понимании маркетинговых инструментов.

Для контроля понимания материала и используемых методов необходимо в процессе лекции поддерживать обратную связь с аудиторией, построенную различными способами, как в варианте приведения собственных примеров слушателями, что позволяет отследить уровень понимания отдельных теоретических вопросов, так и в варианте вопрос-ответного хода по основным (важным) структурным блокам темы.

Практические занятия включают два типа работ:

- Индивидуальная
- Групповая

Индивидуальная работа строится различными способами, как традиционными, в виде опроса, в случае если есть необходимость проверить уровень подготовки и наличие знаний, для выполнения последующих более практико- ориентированных заданий (кейсы, ситуации и т.п.). Эта оценка позволяет отсеять тех слушателей, кто в групповой работе может либо не приносить никакой ценности для группы, либо наоборот вносить деструктивный элемент в обсуждение за счет низкого (недостаточного) уровня знаний.

Групповая работа подразумевает командное обсуждение кейсов, ситуаций, представленного в последующем в виде краткого отчета и презентации. Проведение занятий в подобной форме предполагает переход от метода накопления знаний к практико-ориентированному обучению студентов. В результате проведения индивидуального анализа, обсуждения в группе, определения проблем, нахождения альтернатив, выбора действий и плана их выполнения студенты получают возможность развивать навыки маркетингового анализа и планирования.

Методические рекомендации по работе с конкретной проблемной ситуацией:

Проблемная ситуация не должна быть ограничена одной темой изучаемой дисциплины. Ситуация должна быть взаимосвязана с другими проблемами и вопросами. Обучающиеся должны использовать навыки нахождения междисциплинарных связей.

В ходе анализа проблемной ситуации студенты должны уметь выявить именно внутренние причины, а не их внешние проявления.

Обучающиеся должны продемонстрировать понимание концепций, идей и подходов, описанных в курсе, а также умение использовать их для анализа конкретной ситуации и для выработки рекомендаций. Обычно проблемную ситуацию можно интерпретировать несколькими способами, и студенты должны быть готовы к выявлению неопределенности и неоднозначности. Подход к работе с практической ситуацией должен быть системным.

Творческий аспект применения этих интерактивных форм обучения позволяет повысить эффективность образовательного процесса, за счет усиления познавательного интереса. Опыт, полученный при решении кейса, может оказаться даже более продуктивным в сравнении с приобретенным в профессиональной деятельности. Это происходит по нескольким причинам: инновационные методы позволяют увеличить масштаб охвата действительности, наглядно представить последствия принятых решений, дают возможность проверить альтернативные решения. Эмоциональный аспект интерактивных форм обучения повышает интерес участников к образовательному процессу, вовлекая в решение задач. Поэтому необходимо осуществлять обучение с усилением применения индивидуального подхода, развития творческих способностей, опираясь на их самостоятельную работу, активные формы и методы обучения.

6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

1) для формирования материалов для текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации, для формирования методических материалов по дисциплине:

- программы Microsoft Office;
- Adobe Acrobat Reader DC.

7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

Автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература

Фомин, В. И. Информационный бизнес : учебник и практикум для вузов / В. И. Фомин. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14388-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477500

б) дополнительная литература

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02411-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453024

2. Гущин, А.Н. Информационные технологии в управлении : учебное пособие / А.Н. Гущин. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 112 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-4475-1426-6 То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482517

3. Андреев, В. Е., Информационный бизнес: учеб. пособие / В. Е. Андреев; Яросл. гос. ун-т, Ярославль, ЯрГУ, 2012, 116 с.

4. Федеральный закон от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации».
5. Федеральный закон от 4 июля 1996 г. N 85-ФЗ «Об участии в международном информационном обмене» (с изменениями от 30 июня 2003 г.)

в) ресурсы сети «Интернет»

Мировые информационные агентства биржевой и финансовой информации

1. Агентство «Рейтер» - www.reuters.ru
2. Агентство «Телерейт» - www.telerate.com
3. Dow Jones NewswiresSM www.djnewswires.com
4. Агентство «Блумберг» - www.bloomberg.com
5. Агентство «Тенфор» - www.tenfor.ru

Мировые агентства коммерческой информации

6. Dun & Bradstreet - www.dnb.com.
7. LEXIS-NEXIS - www.lexis – nexis.com.
8. Dialog – www.dialog.com.
9. QUESTEL - ORBIT - www.questel – orbit.com.

Мировые производители информационных технологий

10. Hewlett – Packard – www.hp.com.
11. IBM – www.ibm.ru.
12. Intel – www.intel.ru.
13. Dell Computer – www.dell.ru.
14. Oracle – www.oracle.com.
15. Microsoft – www.microsoft.ru.
16. Sun Microsystems – www.sun.com.
17. Cisco Systems – www.cisco.com.

Российские информационные агентства

18. Агентство «Росбизнесконсалтинг» - www.rbc.ru
19. Агентство «Финмаркет» - www.finmarket.ru
20. Агентство «AK&M» - www.akm.ru
21. Агентство «ИТАР-ТАСС» - www.itar-tass.com
22. Агентство «Интерфакс» - www.interfax.ru
23. Агентство «Прайм-ТАСС» - www.prime-tass.ru

Российские агентства, специализирующиеся на коммерческой информации

24. Агентство «Интегрум-Техно» - www.integrum.ru
25. Агентство «Международные Информационные Рынки» (ИКС МИР) - www.icsmir.ru
26. АСУ «Импульс Бизнес» - справочники и базы данных - www.asuimp.ru
27. Агентство деловой информации «Бизнес - карта» -www.biznes-karta.ru
Система
www.aris.ru
28. «Информсистема» - www.informsistema.ru

Справочные правовые системы

29. Общероссийская сеть «Консультант Плюс» - www.consultant.ru
30. «Гарант» - www.garant.ru
31. «Референт» - www.referent.ru
32. Агентство INTRALEX "ЮСИС" (Юридическая справочно-информационная система) - www.intralex.ru

Деловые новости

33. Издательский дом «Коммерсант» - www.kommersant.ru
34. «Аргументы и факты» - www.aif.ru
35. «Эксперт» - www.expert.ru
36. «Профиль» - www.profil.orc.ru
37. РИА «Новости» - www.rian.ru

Сектор массовой и потребительской информации

38. Российская государственная библиотека - www.rsl.ru
39. Государственная публичная научно-техническая библиотека (ГПНТБ) - www.gpntb.ru
40. Национальная электронная библиотека www.nns.ru

8. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа;
- учебные аудитории для проведения практических занятий (семинаров);
- учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций;
- учебные аудитории для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания технических средств обучения.

Специальные помещения укомплектованы средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ЯрГУ.

Автор:
Доцент кафедры управления и предпринимательства, к.э.н. _____Андреев В.Е.

Приложение №1 к рабочей программе дисциплины
«Информационный бизнес»

Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине

1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1.1 Контрольные задания и иные материалы, используемые в процессе текущей аттестации

Тесты по теме №1

1. Основными свойствами информации являются:
а) адекватность;
б) достоверность;
в) полнота;
г) избыточность;
+д) все указанное выше верно;
2. Информационный процесс это:
а) организационный социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан;
б) организационно упорядоченная совокупность документов и информационных технологий, в т.ч. с использованием средств вычислительной техники и связи, реализующих информационные процессы;
+в) процесс сбора, обработки, накопления, хранения, поиска и распространения информации;
3. Пользователь информации:
+а) субъект, обращающийся к информационной системе или посреднику за получением необходимой ему информации и пользующийся ею;
б) субъект, в полном объеме реализующий полномочия владения, пользования, распоряжения указанными объектами;
в) субъект, осуществляющий владение и пользование указанными объектами и реализующий полномочия распоряжения в пределах, установленных законом.
4. Международный информационный бизнес:
а) представляет собой сферу предпринимательской деятельности, связанную с разработкой, производством и реализацией информационных ресурсов, систем, технологий и средств их обеспечения, а также с предоставлением информационных услуг всем субъектам рыночных отношений;
+б) это сфера предпринимательской деятельности на мировом рынке, связанная с производством, распространением и использованием информационных ресурсов, систем, технологий и средств их обеспечения, а также предоставлением информационных услуг;
в) включает любые хозяйственные операции, которые проводятся двумя или более странами;
5. В зависимости от носителей информации**,** информационные ресурсы можно разделить на классы:

а) персонал, обладающий знаниями и квалификацией в различных областях науки, техники, экономики;
б) документы всех видов и их собрания;
в) объекты, созданные в процессе научной и производственной деятельности;
+г) все указанное выше верно;

Верно или не верно:

6. Информационные технологии как товар имеют на рынке одну сторону - как продукт потребления.(-)
7. Понятие информационных технологий относится в целом к производству компонентов технического обеспечения (вычислительных систем и сетей, средств обработки и передачи данных, офисных систем и др.) или аппаратных средств (компьютерного оборудования. (-)
8. Системы обработки данных (вычислительные системы) включают в себя центральные процессоры и основные периферийные устройства (накопления и хранения данных, терминалы и др.) наряду с компонентами, добавляемыми к основной конфигурации при создании новой системы. (+)
9. Программные продукты представляют собой специально упакованные и оформленные для коммерческой продажи, проката, сдачи в аренду или лизинга пакеты программ, разработанные и/или поставляемые системными или независимыми поставщиками. (+)

10. Вычислительные услуги (услуги по обработке данных) относятся к деятельности специализированных фирм, оказывающих услуги по решению задач по обработке данных на основе продажи машинного времени для получения доступа к конкретным моделям компьютеров, программным средствам или приложениям. (-)

Тесты по теме № 2.

1. Информационные центры-генераторы выполняют функции:

+а) сбора информации;
+б) ведения баз данных;
в) обслуживания потребителей;

2. На мировом рынке информационных услуг преобладает следующий вид доступа:

+а) диалоговый;
б) пакетный;
в) приобретение компакт-дисков;
г) приобретение дискет.

3. Компания Dun&Bradstreet является;

+а) генератором;
б) поставщиком;
в) генератором и поставщиком.

4. Компания QUESTEL-ORBIT является:

а) американской компанией;
б) французской компанией;
+в) интернациональной компанией;

5. Информационное агентство, имеющее наибольшее число пользователей:

+а) LEXIS-NEXIS;
б) QUESTEL-ORBIT;
в) DIALOG.

Верно или не верно

6. Мировые информационные ресурсы, как правило, подразделяются на два сектора: деловой и сектор научно-технической и специальной информации.(-)
7. Сектор деловой информации включает в себя: биржевую и финансовую информацию, статистическую и коммерческую информацию, а также деловые новости в области экономики и бизнеса.(+)
8. Центры распределения (поставщики информации), которых обычно называют вендорами, занимаются информационным обслуживанием пользователей на основе баз данных, поставляемых им на коммерческой основе центрами-генераторами.(+)
9. Информационные агентства осуществляют как функции сбора информации, формирования и ведения баз данных так и функции обслуживания пользователей.(+)
10. К производителям информации относят как организации, добывающие и публикующие информацию (информационные агентства, средства массовой информации, редакции газет и журналов, издатели, патентные ведомства), так и организации, профессионально в течение многих лет занимающиеся ее обработкой (отбором информации, индексацией, загрузкой в базы данных в виде полных текстов, кратких рефератов и т.п.).(+)

Тесты по теме № 3

1. Под информационными и коммуникационными технологиями (ИКТ) принято понимать:
а) совокупность средств вычислительной техники для создания и обработки информации;
б) совокупность средств вычислительной техники для хранения и передачи информации;
+в) совокупность средств вычислительной техники и систем связи для создания, обработки, хранения и передачи информации во всех сферах деятельности;
г) совокупность средств вычислительной техники и систем связи для хранения и передачи информации.
2. Под мировым рынком ИКТ следует понимать:
а) систему экономических отношений, возникающих между субъектами, которые предлагают вычислительную технику, средства коммуникаций, программное обеспечение и др. и их покупателями;
б) товарообмен информацией, содержащейся на бумажных носителях, а также на аудио- и видеокассетах, дискетах, лазерных дисках, серверах и других информационных носителях;
+в) систему международных экономических отношений продуктового и денежного обращения, возникающих между субъектами, которые предлагают вычислительную технику, средства коммуникаций, программное обеспечение и др. и их покупателями.
3. Основная тенденция мирового рынка ИКТ состоит в том, что все большее место (в стоимостном выражении) в информационных технологиях занимают:
а) аппаратное обеспечение;
+б) программное обеспечение;
в) информационные услуги;
+г) телекоммуникации.
4. Какие компании являются тремя лидерами на мировом рынке ИКТ по показателю чистого дохода:
а) Hewlett – Packard, Dell Computer, Intel;
б) IBM, Microsoft, Sun Microsystems;

+в) IBM, Hewlett – Packard, Dell Computer;
г) Intel, Microsoft, Cisco Systems.
5. Основными тенденциями в развитии ИКТ являются:
+а) улучшение товарных свойств и усложнение информационных продуктов и услуг;
+б) глобализация процессов производства, распространения и потребления информации;
+в) взаимопроникновение различных информационных систем;
г) обеспечение преобразования информации в наиболее доступные потребителю и удобные для немедленного использования формы.
6. Социально – экономическая значимость ИКТ заключается в следующем:
+а) они связывают между собой не отдельных работников, а целые коллективы, пространственно удаленные друг от друга и работающие в самых различных сферах деятельности;
+б) улучшают такие важные производственные факторы, как качество работы, эффективность коллективного труда;
в) повышают надежность и оперативность передачи и получения информации.
7. Под новой экономикой понимают:
а) совокупность отраслей, отличающихся высокотехнологичными элементами в противоположность старой экономике;
+б) такое влияние высоких технологий на экономическое окружение, которое ведет к изменению характера взаимоотношений между основными субъектами мировой экономики и отдельных макроэкономических параметров;
+в) термин «сетевая экономика» (network economy) для описания данного экономического явления.
8. Появление новой экономики с хронологической точки зрения обычно определяют:
+а) началом 1990-х годов;
б) концом 1970-х годов;
в) началом 2000-х годов;
г) концом 1980-х годов.
9. Монопольные тенденции на мировом рынке ИКТ проявляются:
а) в росте цен;
б) в снижении цен;
в) в росте цен и увеличении объемов производства;
+г) в снижении цен и увеличении объемов производства.
10. Угроза монополизма на мировом рынке ИКТ заключается;
а) в росте цен;
+б) в возможности тормозить инновационный процесс;
в) в сокращении объемов производства;
г) в ухудшении качества информационного продукта.

Верно / неверно

1. Рост производительности благодаря информационным технологиям приводит к росту нормы прибыли, но только в долгосрочном периоде. (-)
2. Монополии в информационной сфере находятся в условиях жесточайшей конкуренции и поэтому пребывают в постоянном поиске наиболее эффективного решения производственных и управленческих задач. (+)
3. Отрасли, занятые производством информационного продукта, получают огромные возможности для эксплуатации эффекта масштаба, что способствует появлению на рынке монополий. (+)
4. Основным конкурентом фирмы Intel на ее «поле» является компания Microsoft. (-)

5. Компания SAP - ведущий мировой поставщик коммерческо-управленческих программных систем. (+)
6. Основная тенденция состоит в том, что все большее место (в стоимостном выражении) в информационных технологиях занимает аппаратное обеспечение. (-)
7. Одной из особенностей при выборе информационного продукта является т.н. «некомпетентность» пользователя, который иногда не в состоянии самостоятельно определить нужный ему продукт. (+)
8. Рыночная капитализация активов компании Microsoft ниже аналогичного показателя компании IBM, потому что Microsoft продает гораздо меньше продукции. (-)
9. Особенностью нынешней технологической революции является не центральная роль информации, а применение «информации к генерированию знаний и устройствам, обрабатывающим информацию и осуществляющим коммуникацию. (+)
10. ИКТ подразделяются на следующие базовые технологии: микроэлементных компонентов и технического обеспечения. (-)

Тесты к теме № 4

1. Государственные ресурсы делятся на следующие группы:
+а) федеральные ресурсы;
+б) информационные ресурсы, находящиеся в совместном ведении Российской Федерации и субъектов Российской Федерации;
+в) информационные ресурсы субъектов Российской Федерации;
г) информационные ресурсы местных органов власти.

2. К системам, имеющим межведомственных, универсальный характер, могут быть отнесены:
а) государственные справочно-правовые системы;
+б) библиотечная сеть России;
+в) архивный фонд Российской Федерации;
+г) государственная система статистики;

3. Каталог баз данных России ведет:
а) объединение «Росинформресурс»;
+б) НТЦ «Информрегистр»;
в) ВИНИТИ.

4. Лидером по числу установленных справочно-правовых систем на российском рынке является:
+а) АО «Консультант Плюс»;
б) НПП «Гарант»;
в) ЗАО «Референт-сервис».

5. Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг» предлагает следующие информационные продукты:
+а) RBC NEWS;
б) «Рынки 1000»;
+в) Нефть online;
г) RX press.

6. Продуктами и услугами агентства «AK&M» являются:
+а) аналитическая база данных «Отрасли экономики. Предприятия»;
+б) бюллетень «Новости к началу дня»;

в) ежедневный бюллетень «Валюты-кредиты»;
г) «Лента аналитических комментариев».

7. Число предприятий-эмитентов, состояние которых отслеживает агентство «AK&M»:
+а) до 5000;
б) 5000-10000;
в) 10000-15000;
г) 15000-20000.

8. Агентство «Интерфакс» ведет информационную деятельность в нескольких ключевых направлениях:
+а) общеполитические новости;
+б) деловая и экономическая информация, дополненная аналитикой;
в) правовая информация;
+г) специализированные информационные продукты.

9. Лидером на российском рынке ИТ в производстве оборудования является:
а) группа компаний «Аквариус»;
+б) группа компаний «R – Style»;
в) «Крафтвэй Корпорейшн ПЛС»;
г) ФГУП НИИ «Восход».

10. Лидером на российском рынке ИТ в производстве программного обеспечения является:
а) группа компаний «R – Style»;
б) корпорация «Парус»;
+в) SAP;
г) «Лаборатория Касперского».

Верно / неверно

1. Обязано ли агентство, ведущее в РФ базы персональных данных, иметь лицензию. (+)
2. Национальные информационные ресурсы – это ресурсы, формируемые за счет госбюджета. (-)
3. Информация, предоставляемая из справочно-правовых систем является официальной. (-)
4. Наибольшим спросом у потребителей пользуются отраслевые регистры производителей товаров и услуг. (+)
5. Наиболее крупным поставщиком баз данных и справочников по производителям товаров и услуг в России является агентство «AK&M». (-)
6. Услуги в области ИТ являются на сегодняшний день одним из наиболее перспективных направлений российского ИТ - рынка. (+)
7. Двадцатка крупнейших российских Интернет - провайдеров делит между собой 70-80% общих доходов, получаемых в этом сегменте российского рынка. (+)
8. Стоимость разработок отечественного проектного программного обеспечения отличается по цене от аналогичных западных продуктов почти в десять раз - при сопоставимой функциональности. (+)
9. Западным лидером на российском рынке биржевой и финансовой информации является компания «Блумберг». (-)
10. Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг» имеет свой телевизионный канал в РФ. (+)

Тесты к теме №5

1. Аутсорсинг в международном информационном бизнесе это:

а) частичная или полная передача отдельных функций или процессов фирмами другим фирмам, которые специализируются непосредственно в этой области;
+б) организация, которая на условия аренды и в режиме аутсорсинга предоставляет клиентам доступ к ИТ – инфраструктуре и программному обеспечению;
+в) бизнес – модель, которая позволяет клиентам получить доступ к тем услугам и приложениям, которые ранее были им недоступны.

2. Сетевые возможности для фирмы сегодня рассматриваются:

а) в качестве конкурентного преимущества;
+б) в качестве необходимой предпосылки для ведения бизнеса на современном уровне;
в) в качестве расширения возможностей сбыта товара или услуги;
г) в качестве возможности получения необходимой информации.

3. Первой компанией, применившей в процессе глобализации бизнеса модульную структуру, позволившую ей достичь высоких показателей, стала компания:

а) Ford;
б) Coca-Cola;
+в) Nike;
г) Intel.

4. Взаимодействие фирм и государства в рамках электронного пространства обозначается как:

а) C2G;
б) G2B;
+в) B2G;
г) G2C;

5. Государственные программы стимулирования развития ИКТ типа «е – country» предполагают:

а) создание экспортных производственных зон;
б) стимулирование внутреннего потребления;
в) создание благоприятных правовых условий;
+г) решение общеэкономических задач за счет более широкого и эффективного использования ИКТ.

6. Одним из этапов решения информационной задачи является:

а) стратегическое планирование;
б) анализ хозяйственной деятельности;
+в) выбор информационной системы;
г) маркетинговые исследования.

7. Интернет в техническом отношении является воплощением:

+а) либеральной экономической модели;
б) социальной экономической модели;
в) административно-командной экономической модели;

8. Больше всего подоходных налогов через Сеть собирается:

а) в США;
б) в Швеции;

в) в Канаде;
+г) в Австралии.

9. Проект «Государство он - лайн», который преследует задачу создания условий для онлайнового предоставления государственных услуг реализуется странами:

а) ЕС;
+б) большой «семерки»;
в) АСЕАН;
г) СНГ.

10. Информация, переданная в установленном порядке юридическим лицом государству:

а) переходит в собственность государства;
+б) становится совместным владением юридического лица и государства;
в) остается в собственности юридического лица.

Верно / неверно

1. Большая открытость с точки зрения информации и большая гибкость с точки зрения принятия решений ставит бизнес в условия более сильной конкуренции на мировом рынке ИКТ. (+)
2. Виртуальная компания занимается только стратегическими вопросами (разработка продукта, обслуживание клиентов), а прочие функции потребляются при этом в качестве услуг при помощи Сети. (+)
3. Интернет увеличивает роль традиционных посредников в рыночных трансакциях и уменьшает значение непосредственного общения, позволяя организовать его в реальном времени. (-)
4. Сегодня основная доля взаимодействий приходится на электронную коммерцию, которая объединяет направления B2B и B2G. (-)
5. Проект «Vereda», в рамках которого граждане получают информацию по вопросам страхования, в области финансовых услуг, государственного управления и т. п. через интерактивные терминалы, находящиеся в общественных местах действует в Великобритании. (-)
6. Методом стимулирования внутреннего потребления ИКТ является увеличение нормы амортизации на ряд его видов. (+)
7. Информатизация органов государственной власти ориентирована на повышение эффективности собственной деятельности, что приводит к созданию значительного числа ведомственных автоматизированных информационно-управляющих систем и тормозит развитие и внедрение ИКТ. (-)
8.. К информации открытого типа относятся законодательные и другие нормативные акты устанавливающие правовой статус органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений, а также права и обязанности граждан. (+)
9. Выбор существующих информационных систем связан с серьезным недостатком: часто определить, есть ли в этой системе нужная информация можно лишь после того, как вы стали ее подписчиком и уже провели поиск в интересующей вас БД. (+)
10. Интранет - это специализированная сеть, которая связывает компанию с предприятиями - производителями. (-)

Тематика презентаций по теме

1. Информационный этап развития мирового хозяйства.

2. Международное разделение труда на основе современных информационных технологий.
3. Мировой рынок биржевой и финансовой информации.
4. Мировой рынок коммерческой информации.
5. Международная торговля товарами и услугами в сетевой экономике. (На примере….)
6. Международное ценообразование на информационные ресурсы.
7. Международные товарные биржи. Механизм их функционирования с учетом развития информационных технологий.
8. Мировой рынок программного обеспечения.
9. Мировой рынок персональных компьютеров.
10. Мировой рынок телекоммуникаций.
11. Аутсорсинг в международных информационных технологиях.
12. Основные формы международных расчетов в Интернет-экономике.
13. Мировые информационные рынки и корпоративное управление информационными ресурсами.
14. Использование сети Интернет в международном туристическом бизнесе.
15. Обеспечение безопасности информационного бизнеса в современных условиях.
16. Формирование современных методов и моделей страхования информационного бизнеса.
17. Роль интеллектуальной собственности в развитии международного информационного бизнеса.
18. Мировой рынок страхования и его роль и место в современном международном информационном бизнесе.
19. Особенности развития Интернет-трейдинга в современном международном информационном бизнесе.
20. Инвестиционный процесс и международная динамика использования информационных технологий в бизнесе.
21. Исследование мировых рынков товаров и услуг на основе мировых информационных ресурсов (На примере……)
22. Информационные технологии в банковском секторе мировой экономики.
23. Использование информационных технологий на международном рынке труда.
24. Информационные технологии при реализации бизнес - проектов.
25. Государство в системе международного информационного бизнеса.
26. Особенности формирования рынка ИКТ в России и его взаимосвязь с мировым рынком.
27. Особенности российского рынка коммуникационных услуг Интернет-провайдеров.
28. Правовое регулирование Интернет – бизнеса: зарубежный и российский опыт.
29. Интернет - бизнес как основа системы управления ресурсами предприятия
30. Мировой рынок образовательных услуг с использованием информационных технологий (е – learning).

Критерии оценки форм текущего контроля

Тест

Тест–инструмент оценивания уровня знаний студентов, состоящий из системы тестовых заданий, стандартизованной процедуры проведения, обработки и анализа результатов.

Критерии оценки знаний обучаемых при проведении тестирования.

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа студента на более чем 85 % тестовых заданий.

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа студента на 71-85 % тестовых заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 56-70 % тестовых заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа на 55 % тестовых заданий и менее.

Практическое контрольное задание

Практическое контрольное задание может состоять из теоретического вопроса, практического задания или нескольких заданий (как теоретических, так и практических), в которых студент должен проанализировать и дать оценку конкретной ситуации или выполнить другую аналитическую работы.

Критерии оценки знаний студента при написании практического контрольного задания.

Оценка «отлично» выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов практического контрольного задания и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями выносимых на практическое контрольное задание тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания выносимых на практическое контрольное задание вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

1.2 Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации

Зачет выставляется по итогам текущей аттестации

-

Приложение №2 к рабочей программе дисциплины
«Информационный бизнес»

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Успешное овладение дисциплиной «Информационный бизнес», предусмотренное учебной программой, предполагает выполнение ряда рекомендаций.

1. Следует внимательно изучить материалы, характеризующие курс «Информационный бизнес» и определяющие целевую установку, а также учебную программу дисциплины. Это поможет четко представить круг изучаемых проблем и глубину их постижения.
2. Необходимо знать подборку литературы, достаточную для изучения предлагаемого курса. Список основной литературы предлагается.

При этом следует иметь в виду, что нужна литература различных видов:

а) учебники, учебные и учебно-методические пособия.

б) монографии, сборники научных статей, публикаций в экономических журналах, представляющие эмпирический материал, а также многообразные аспекты анализа современного развития организаций;

в) справочная литература – энциклопедии, экономические словари, раскрывающие категориально понятийный аппарат.

3. Изучая учебную литературу, следует уяснить основное содержание той или иной управленческой проблемы
4. При проведении практических занятий, используя активные методы обучения, написания и разбор деловых ситуаций, решение задач. Этот вид работы способствует выработке практического навыка в принятии управленческих решений.

В процессе обучения требуемый учебный материал студенты получают на лекциях по установленному регламенту, а также при самостоятельном изучении предлагаемой им литературы по данной дисциплине и подготовки докладов для дебатов на семинарах в виде презентаций, а также на семинарских занятиях с применением видео-материалов, компьютерных технологий, выполнении тестовых работ.

Для активизации и углубления знаний студентов в данном курсе предусмотрено выполнение ими самостоятельной работы – подготовка выступления по одной из предлагаемых тем. Студент должен продемонстрировать свободную ориентацию в области изучения библиографических источников, статистических и фактологических данных по выбранной теме, освоение смыслового ее содержания и способности качественно и грамотно оформлять собственные выводы и предложения, а также компетентно вести научную дискуссию. Каждый студент должен участвовать в подготовке «кейса», предполагающего анализ конкретной ситуации, самостоятельно или в рамках малой группы. Работа в малых группах, разработка проектов способствует формированию инновационного подхода к решению актуальных проблем организационного поведения.