

Документ подписан Министерством науки и высшего образования Российской Федерации  
Информация о владельце:  
ФИО: Макаренко Елена Николаевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.04.2024 15:52:45  
Уникальный программный ключ:  
c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Института магистратуры  
Иванова Е.А.  
«01» июня 2023г.

**Рабочая программа дисциплины  
Диджитализация экономики и социальной сферы**

Направление 38.04.02 Менеджмент  
магистерская программа 38.04.02.07 "Менеджмент в IT-сфере"

Для набора 2023 года

Квалификация  
магистр

**КАФЕДРА            Инновационный менеджмент и предпринимательство****Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс Вид занятий	1		Итого	
	уп	рп		
Лекции	8	8	8	8
Практические	10	10	10	10
Итого ауд.	18	18	18	18
Контактная работа	18	18	18	18
Сам. работа	117	117	117	117
Часы на контроль	9	9	9	9
Итого	144	144	144	144

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.03.2023 протокол № 9.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Грицунова С.В.

Зав. кафедрой: д.э.н., проф. Джуха В.М.

Методическим советом направления: д.э.н., профессор, Джуха В.М.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у обучающихся понимания новых закономерностей развития современной цифровой экономики, предпосылок создания в России благоприятных организационных и нормативно-правовых условий для эффективного развития институтов цифровой экономики при участии государства
-----	---

### 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2:Способен управлять эффективностью работы менеджеров IT-продуктов**

**ПК-3:Способен разрабатывать и управлять стратегией развития организации IT-сферы**

#### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<b>Знать:</b>
современные методы и инструменты управления эффективностью работы менеджеров IT-продуктов (соотнесено с индикатором ПК-2.1); теоретические аспекты разработки и управления стратегией развития организации IT-сферы (соотнесено с индикатором ПК-3.1)
<b>Уметь:</b>
применять современные методы и инструменты управления эффективностью работы менеджеров IT-продуктов (соотнесено с индикатором ПК-2.2); применять стратегии развития организации IT-сферы (соотнесено с индикатором ПК-3.2).
<b>Владеть:</b>
методами и инструментами управления эффективностью работы менеджеров IT-продуктов (соотнесено с индикатором ПК- 2.3); навыками применения стратегии развития организации IT-сферы (соотнесено с индикатором ПК-3.3)

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Направления диджитализации и цифровая грамотность в социальной сфере</b>				
1.1	Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации и Программа - Цифровая экономика Российской Федерации: Создание и применение российских информационных и коммуникационных технологий, обеспечение их конкурентоспособности на международном уровне; Формирование новой технологической основы для развития экономики и социальной сферы; Обеспечение национальных интересов в области цифровой экономики. /Ср/	1	8	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.2	Стратегия развития информационного общества в Российской Федерации и Программа - Цифровая экономика Российской Федерации:Обеспечение национальных интересов при развитии информационного общества осуществляется путем реализации следующих приоритетов: Формирование информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений; Развитие информационной и коммуникационной инфраструктуры Российской Федерации. /Ср/	1	22	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

1.3	Перспективные направления и сервисы цифровой экономики: Цифровые услуги в экономике ЕС, основанной на данных. Текущая ситуация и лидеры процесса преобразований. Бизнес-сенсоры. Транспондеры. Большие данные. Оцифровка исследований. Взаимодействие и стандарты. Умное производство. Мобильные телекоммуникации. Интернет вещей. Услуги, управляемые данными. Облачные сервисы. Государственные закупки. Электронный транспорт.  /Лек/	1	2	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.4	Перспективные направления и сервисы цифровой экономики: Цифровые услуги в экономике ЕС, основанной на данных. Текущая ситуация и лидеры процесса преобразований. Бизнес-сенсоры. Транспондеры. Большие данные. Оцифровка исследований. Взаимодействие и стандарты. Умное производство. Мобильные телекоммуникации. Интернет вещей. Услуги, управляемые данными. Облачные сервисы. Государственные закупки. Электронный транспорт. Доклады и презентации с использованием LibreOffice /Пр/	1	4	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.5	Цифровая грамотность и безопасность: Анализ и управление рисками в сфере информационной безопасности Программно-аппаратные средства защиты информации Цифровая подпись Правовая защита информации и интеллектуальной собственности в цифровой экономике Решение проблем цифровой безопасности. /Ср/	1	10	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.6	Цифровая грамотность и безопасность: Анализ и управление рисками в сфере информационной безопасности Программно-аппаратные средства защиты информации Цифровая подпись Правовая защита информации и интеллектуальной собственности в цифровой экономике Решение проблем цифровой безопасности. Доклады и презентации с использованием LibreOffice /Пр/	1	2	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.7	Инноватизация – Стратегическое направление развития цифровой экономики:Инновационная экономика: особенности и признаки в цифровой экономике Инновационная и структурная политика. Инновационное предпринимательство государства и формы сотрудничества с бизнесом. Основные направления и стратегии регулирования инновационной деятельности в условиях цифровизации экономики Стратегии инноватизации развития цифровой экономики Актуальные проблемы, модели и инструменты продвижения проектов коммерциализации инноваций Система социальных связей как объективная предпосылка успешной реализации проекта в цифровой экономике.  /Ср/	1	12	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
1.8	Инструменты коммуникации в цифровой экономике: Информационно-телекоммуникационная инфраструктура цифровой экономики Электронное правительство Архитектура электронных услуг для граждан и бизнеса Государственные информационные системы в социально-политической сфере.  /Лек/	1	2	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
	<b>Раздел 2. Структура цифровой экономики и её технологические составляющие</b>				

2.1	Цифровая экономика. Цели, задачи, базовые направления развития: Цели, задачи и риски развития цифровой экономики в России. Подготовка специалистов в области информационно- коммуникационных технологий. Цифровая грамотность населения Опорная инфраструктура и государственная поддержка. Технологическое развитие: исторические вехи и современность. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация. Информационная экономика как основа развития цифровой экономики. /Лек/	1	2	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.2	Цифровая экономика. Цели, задачи, базовые направления развития: Цели, задачи и риски развития цифровой экономики в России. Подготовка специалистов в области информационно- коммуникационных технологий. Цифровая грамотность населения Опорная инфраструктура и государственная поддержка. Технологическое развитие: исторические вехи и современность. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация. Информационная экономика как основа развития цифровой экономики. Доклады и презентации с использованием LibreOffice /Пр/	1	2	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.3	Цифровая экономика. Цели, задачи, базовые направления развития: Основные характеристики и возможности информационной (сетевой) экономики. Новые экономические законы. Влияние информационной экономики на участников рынка (покупатели, производители, структура коммерческих отношений). Цифровая экономика как дальнейшее развитие новой (информационной) экономики. /Ср/	1	12	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.4	Основные технологические составляющие цифровой экономики: Блокчейн и криптовалюта. Сбор данных с интернет ресурсов. Статистический анализ больших данных. Мониторинг социальных сетей. Интернет вещей. Искусственный интеллект и машинное обучение. Анализ больших данных. Платформы цифровой экономики. /Ср/	1	12	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.5	Организационные основы и структура цифровой экономики: Новая организация экономики (реального сектора) и экономических отношений (взаимосвязей и поведения в реальном секторе). Инновационная инфраструктура цифровой экономики. Дата-центры, технопарки и исследовательские центры. Города и регионы как центры инновационных сетей. /Ср/	1	2	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.6	Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике: Государственное регулирование цифровой экономики. Законодательное обеспечение, регулирующие институты и стимулирование развития основных направлений цифровой экономики. Межстрановые сопоставления. /Лек/	1	2	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.7	Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике: Государственное регулирование цифровой экономики. Законодательное обеспечение, регулирующие институты и стимулирование развития основных направлений цифровой экономики. Межстрановые сопоставления. /Пр/	1	2	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

2.8	Опыт зарубежных стран и стран СНГ по развитию цифровой экономики: Существующие цифровые стратегии в мире. Особенности стратегии построения цифровой экономики для России и Татарстана. Цифровая экономика США. Цифровая экономика Китая. Цифровая экономика стран Европейского союза. Цифровая экономика Казахстана. /Ср/	1	19	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.9	Контрольная работа. Перечень тем контрольных работ приведен в приложении 1 к рабочей программе дисциплины. /Ср/	1	20	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4
2.10	/Экзамен/	1	9	ПК-2 ПК-3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Антонова, Л. И., Городецкий, Д. И., Золотарева, А. Ф., Красюкова, Н. Л., Левицкий, М. Л., Морозова, Н. В., Недялкова, А., Павлов, П., Пшехоцка, И., Рогозинска-Митруд, И., Савина, М. В., Саркисян, Ж. М., Собонь, Я., Солодкова, К. А., Степанов, А. А., Степанов, И. А., Шевченко, Т. Н., Юхимчук, Л. В., Степанова, А. А.	Цифровая экономика. Социально-экономические и управленческие концепции: коллективная монография	Москва: Научный консультант, Виктория плюс, 2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/80804.html">http://www.iprbookshop.ru/80804.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Камнева, Е. В., Гретченко, А. И., Дедов, Н. П., Жигун, Л. А., Коробанова, Ж. В., Крылов, А. Ю., Неврюев, А. Н., Полевая, М. В., Полевой, С. А., Пряжников, Н. С., Симонова, М. М., Камневой, Е. В., Симоновой, М. М., Полевой, М. В.	Цифровая экономика: социально-психологические и управленческие аспекты: коллективная монография	Москва: Прометей, 2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/94580.html">http://www.iprbookshop.ru/94580.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Камнева Е. В., Гретченко А. И., Дедов Н. П., Жигун Л. А., Коробанова Ж. В., Камнева Е. В., Полевая М. В., Симонова М. М.	Цифровая экономика: социально-психологические и управленческие аспекты: монография	Москва: Прометей, 2019	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576029">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=576029</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Ковалев, Д. В., Маслюкова, Е. В., Никитаева, А. Ю.	Цифровая экономика: учебник	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2022	<a href="https://www.iprbookshop.ru/123934.html">https://www.iprbookshop.ru/123934.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

**5.2. Дополнительная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1		Журнал "Финансовые исследования"	,	1
Л2.2	Бармута, К. А., Богданова, И. О., Гавриленко, С. А., Гапоненко, Т. В., Глызина, М. П., Дуброва, Л. И., Дымченко, О. В., Елецкий, Н. Д., Землякова, Н. С., Иванова, Е. А., Кабаненко, М. Н., Малхасян, Е. А., Маслова, Н. П., Медведева, Л. С., Орехова, Л. Л., Тухканен, Т. Н., Федорова, Е. И., Федосеева, Л. В., Чистяков, А. Д., Бармута, К. А.	Цифровая экономика и менеджмент: новые решения, возможности и перспективы: монография	Ростов-на-Дону: Донской государственный технический университет, 2022	<a href="https://www.iprbookshop.ru/122366.html">https://www.iprbookshop.ru/122366.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Аброскин А. С., Зайцев Ю. К., Кнобель А. Ю., Седалищев В. В.	Цифровая экономика: проблемы и перспективы учета и измерения в системе национальных счетов: научная литература	Москва: Дело, 2021	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=694876">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=694876</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Оверби Х., Одестад Я. А.	Цифровая экономика: как информационно-коммуникационные технологии влияют на рынки, бизнес и инновации: учебник	Москва: Дело, 2022	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=698627">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=698627</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

**5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

КонсультантПлюс Справочная правовая система: <https://www.consultant.ru/>

Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы РФ <http://www.fas.gov.ru/>

База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

Гарант Справочная правовая система: <https://www.garant.ru/>

**5.4. Перечень программного обеспечения**

LibreOffice

**5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

**6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;

- персональный компьютер / ноутбук (переносной);

- проектор, экран / интерактивная доска.

**7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.





## Приложение 1

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

### 1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
<b>ПК-2: Способен управлять эффективностью работы менеджеров IT-продуктов</b>			
З современные методы и инструменты управления эффективностью работы менеджеров IT-продуктов	осуществление поиска и сбора необходимой литературы, использование различных баз данных, современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов, проведение сбора и обработки данных, необходимых для анализа в рамках дисциплины	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет	Т – тест (1-20), Р – реферат (1-31), К – коллоквиум (1-28), ДП – доклад с презентацией (1-38), КР- контрольная работа -1-14, ВЭ – вопросы к экзамену (1-64).
У применять современные методы и инструменты управления эффективностью работы менеджеров IT-продуктов	выявление проблемы, анализ и использование различных источников информации для проведения расчетов показателей, характеризующих структуру рынка; применение методов, способов анализа информационного материала их соответствующих источников, характеризующих отраслевую структуру	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию	Э – эссе (1-23), КЗ – контрольная задача (1-20), КР- контрольная работа -1-14
В методами и инструментами управления эффективностью работы менеджеров IT-продуктов	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствии с проблемой исследования	способность оценивать результаты проведенного исследования	КЗ – контрольная задача (1-20), Э – эссе (1-23), КР- контрольная работа -1-14
<b>ПК-3: Способен разрабатывать и управлять стратегией развития организации IT-сферы</b>			

З теоретические аспекты разработки и управления стратегией развития организации ИТ-сферы	осуществление поиска и сбора необходимой литературы, использование различных баз данных, современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов, проведение сбора и обработки данных, необходимых для анализа отраслевых рынков	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции и учебной литературы, сведениям из информационных ресурсов Интернет; способность	Т – тест (1-20), Р – реферат (1-31), ВЭ – вопросы к экзамену (1-64), К – коллоквиум (1-28), ДП – доклад с презентацией (1-38), КР- контрольная работа -1-14
У применять стратегии развития организации ИТ-сферы	выявление проблемы, анализ и использование различных источников информации для проведения расчетов показателей, характеризующих структуру рынка; применение методов, способов анализа информационного материала их соответствующих источников, характеризующих отраслевую структуру	соответствие проблеме исследования; полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию	КЗ – контрольная задача (1-20), Э – эссе (1-23), КР- контрольная работа -1-14
В навыками применения стратегии развития организации ИТ-сферы.	выполнение заданий, решение поставленных задач в соответствии с проблемой исследования	способность оценивать результаты проведенного исследования	КЗ – контрольная задача (1-20), Э – эссе (1-23), КР- контрольная работа -1-14

### 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале.

- 84-100 баллов (оценка «отлично»);
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»);
- 50-66 баллов (оценка удовлетворительно);
- 0-49 баллов (оценка неудовлетворительно)».

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

#### Вопросы к экзамену

Цели, задачи и риски развития цифровой экономики в России.

1. Подготовка специалистов в области информационно-коммуникационных технологий.
2. Цифровая грамотность населения Опорная инфраструктура и государственная поддержка.
3. Технологическое развитие: исторические вехи и современность.
4. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация.

5. Информационная экономика как основа развития цифровой экономики.
6. Основные характеристики и возможности информационной (сетевой) экономики.
7. Новые экономические законы.
8. Влияние информационной экономики на участников рынка (покупатели, производители, структура коммерческих отношений).
9. Цифровая экономика как дальнейшее развитие новой (информационной) экономики.
10. Блокчейн и криптовалюта.
11. Сбор данных с интернет ресурсов.
12. Статистический анализ больших данных.
13. Мониторинг социальных сетей.
14. Интернет вещей.
15. Искусственный интеллект и машинное обучение.
16. Анализ больших данных.
17. Платформы цифровой экономики
18. Новая организация экономики (реального сектора) и экономических отношений (взаимосвязей и поведения в реальном секторе).
19. Инновационная инфраструктура цифровой экономики.
20. Дата-центры, технопарки и исследовательские центры. Города и регионы как центры инновационных сетей.
21. Государственное регулирование цифровой экономики.
22. Законодательное обеспечение, регулирующие институты и стимулирование развития основных направлений цифровой экономики.
23. Межстрановые сопоставления.
24. Существующие цифровые стратегии в мире.
25. Особенности стратегии построения цифровой экономики для России и Татарстана.
26. Цифровая экономика Китая.
27. Цифровая экономика стран Европейского союза.
28. Цифровая экономика Казахстана.
29. Обеспечение национальных интересов при развитии информационного общества осуществляется путем реализации следующих приоритетов: Формирование информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений.
30. Развитие информационной и коммуникационной инфраструктуры Российской Федерации; Создание и применение российских информационных и коммуникационных технологий, обеспечение их конкурентоспособности на международном уровне.
31. Формирование новой технологической основы для развития экономики и социальной сферы; Обеспечение национальных интересов в области цифровой экономики.
32. Цифровые услуги в экономике ЕС, основанной на данных.
33. Текущая ситуация и лидеры процесса преобразований.
34. Бизнес-сенсоры. Транспондеры.
35. Большие данные.
36. Оцифровка исследований.
37. Взаимодействие и стандарты.
38. Умное производство.
39. Мобильные телекоммуникации.
40. Интернет вещей.

Экзаменационный билет состоит из двух теоретических вопросов о одной контрольной задачи.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» (84-100 баллов) выставляется, если изложено правильное понимание вопроса и дан исчерпывающий на него ответ, содержание раскрыто полно, профессионально, грамотно. Ответ показывает, что студент усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала; показал всестороннее систематическое знание

учебно-программного материала, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечал на вопрос билета; контрольная задача решена верно, обучающиеся смог правильно интерпретировать полученные результаты и раскрыл их экономический смысл;

- оценка «хорошо» (67-83 баллов) выставляется, если изложено правильное понимание вопроса, дано достаточно подробное описание предмета ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия, относящиеся к предмету ответа, ошибочных положений нет. Ответ показывает, что студент показал полное знание учебно-программного материала, грамотно и по существу отвечал на вопрос билета и не допускал при этом существенных неточностей; показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности; контрольная задача решена верно, обучающиеся смог с небольшими ошибками интерпретировать полученные результаты и раскрыл их экономический смысл;
- оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов) выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой; допустившему неточности в ответе и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающими необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя; контрольная задача решена верно, обучающиеся допустил ошибки в интерпретации полученных результатов;
- оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов) выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; давшему ответ, который не соответствует вопросу экзаменационного билета; контрольная задача не решена.

#### Тесты

Выберите один правильный ответ.

Вопрос №1.

Сколько сейчас стоит вся цифровая экономика?

*Варианты ответов:*

1. \$400 млрд
2. \$3 трлн
3. \$947 млрд
4. \$15,2 трлн

Вопрос №2.

Аналитики Gartner ежегодно выпускают отчёты о технологических трендах. Из предсказаний ниже, три взяты из их отчёта, а одно мы придумали. Какое?

*Варианты ответов:*

1. К 2022 году интернет вещей снизит расходы обычных людей и компаний на один триллион долларов в год
2. В 2021 году приложений и устройств с использованием ИИ станет в два раза больше, чем обычных
3. В 2020 году обычные люди будут общаться с ботами чаще, чем с супругами
4. В 2020 году 100 миллионов человек будут покупать товары в дополненной реальности

Вопрос №3.

Мы живём в мире третьей индустриальной революции, но скоро должна произойти четвёртая. Выберите технологию, которая считается её частью.

*Варианты ответов:*

1. Промышленный термоядерный синтез
2. Роботы на производстве
3. Механизация производства
4. Интернет вещей

Вопрос №4.

Какая страна больше всех готова к цифровой экономике?

*Варианты ответов:*

1. Япония
2. США
3. Китай
4. Сингапур

Вопрос №5.

При переходе к цифровой экономике:

*Варианты ответов:*

1. растет производительность капитала и труда
2. труд вытесняется цифровым капиталом и искусственным интеллектом
3. расширяется рынок капитала и сужается рынок труда

Вопрос №6

Диджитализация это \_\_\_\_\_

Вопрос №7

Цифровая экономика это \_\_\_\_\_

Вопрос №8

Искусственный интеллект это \_\_\_\_\_

Вопрос №9

Блокчейн \_\_\_\_\_

Вопрос №10

Инновация это \_\_\_\_\_

2. Инструкция по выполнению. Один правильный ответ – 2 балла.

3. Критерии оценки:

- 7-20 баллов выставляется, если обучающийся ответил правильно на 100-85% заданий теста;
- 13-16 баллов выставляется, если обучающийся ответил на 84-69 % заданий;
- 10-12 баллов выставляется, если обучающийся ответил на 68-50% заданий;
- 0-9 баллов выставляется, если обучающийся ответил менее, чем на 50 % заданий.

#### Вопросы для коллоквиума

1. Цели, задачи развития цифровой экономики в России.
2. Подготовка специалистов в области информационно-коммуникационных технологий.
3. Цифровая грамотность населения.
4. Опорная инфраструктура и государственная поддержка.
5. Технологическое развитие: исторические вехи и современность.
6. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация.
7. Информационная экономика как основа развития цифровой экономики.
8. Основные характеристики и возможности информационной (сетевой) экономики.
9. Новые экономические законы.
10. Влияние информационной экономики на участников рынка (покупатели, производители, структура коммерческих отношений).
11. Цифровая экономика как дальнейшее развитие новой (информационной) экономики.
12. Блокчейн и криптовалюта.
13. Сбор данных с интернет ресурсов.
14. Статистический анализ больших данных.
15. Мониторинг социальных сетей. Интернет вещей.
16. Искусственный интеллект и машинное обучение.
17. Анализ больших данных.
18. Платформы цифровой экономики
19. Новая организация экономики (реального сектора) и экономических отношений (взаимосвязей и поведения в реальном секторе).
20. Инновационная инфраструктура цифровой экономики.
21. Дата-центры, технопарки и исследовательские центры.
22. Города и регионы как центры инновационных сетей.
23. Государственное регулирование цифровой экономики.
24. Законодательное обеспечение, регулирующие институты и стимулирование развития основных направлений цифровой экономики (электронное правительство, информационная инфраструктура, научные исследования, образование и кадры, информационная безопасность, ?умный? город и телемедицина и т.д.).
25. Межстрановые сопоставления.

26. Существующие цифровые стратегии в мире.
27. Особенности стратегии построения цифровой экономики для России и Татарстана.
28. Цифровая экономика США. Цифровая экономика Китая.
29. Цифровая экономика стран Европейского союза. Цифровая экономика Казахстана
30. Обеспечение национальных интересов при развитии информационного общества осуществляется путем реализации следующих приоритетов:

Обучающийся может подготовить не более двух ответов на вопросы к коллоквиуму.

Критерии оценки одного ответа:

5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0-2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

#### Темы докладов с презентацией

1. Цифровая экономика как дальнейшее развитие экономики Цифровая экономика и цифровая трансформация Движущие силы и этапы цифровой трансформации
2. Технологические основы и инфраструктура цифровой экономики Носимый интернет, имплантируемые технологии и цифровидение Распределенные вычисления и хранилище данных (облачное хранение) Проблема создания и размещения дата-центров
3. Интернет вещей,подключенный (умный) умные города (автомобили без водителя) Большие данные и принятие решений. Искусственный интеллект
4. Робототехника и 3-D печать
5. с Цифровая экономика как дальнейшее развитие экономики Цифровая экономика и цифровая трансформация Движущие силы и этапы цифровой трансформации
6. Технологические основы и инфраструктура цифровой экономики Носимый интернет, имплантируемые технологии и цифровидение Распределенные вычисления и хранилище данных (облачное хранение) Проблема создания и размещения дата-центров
7. Интернет вещей,подключенный (умный) умные города (автомобили без водителя) Большие данные и принятие решений. Искусственный интеллект
8. Робототехника и 3-D печать
9. Методики оценки уровня цифровизации экономики.
10. Оценка уровня цифровизации стран Европы / Азии / Африки / ... (на выбор). Анализ мер государственной поддержки цифровизации экономики.
11. Анализ применения технологии «больших данных» / распределенного реестра / виртуальной и дополненной реальности / ... (на выбор) в торговле / метеорологии / образовании / государственномуправлении / ... (на выбор).
12. Сравнительный анализ платформенных решений в сфере... (на выбор). Идентификация новых сквозных технологий.
13. Проблемы нормативного правового регулирования цифровой экономики в Российской Федерации.Феномен криптовалют: истоки, состояние, перспективы.
14. Подготовка кадров для цифровой экономики.
15. Проблемы информационной безопасности в цифровой экономике. Философские истоки цифровой экономики.
16. Глобализация и цифровая экономика. Этические проблемы цифровой экономики. Организация управления цифровой экономикой.
17. Трансформация бизнеса / государственного управления / производства (на выбор) под воздействиемцифровых преобразований.
18. Анализ готовности населения / бизнеса / власти (на выбор) к цифровой экономике. Роль международных организаций в формировании цифровой экономики.
19. Трансформация маркетинга в цифровой экономике.Выборы в цифровой среде.

## 20. Развитие конкуренции в цифровой среде.

Обучающийся может подготовить не более пяти докладов с презентацией.

Критерии оценки одного доклада с презентацией:

4 балла выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

3 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

2 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0-1 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

### Темы эссе

1. 1 Формирование информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений;
2. Развитие информационной и коммуникационной инфраструктуры Российской Федерации;
3. Создание и применение российских информационных и коммуникационных технологий, обеспечение их конкурентоспособности на международном уровне;
4. Формирование новой технологической основы для развития экономики и социальной сферы;
5. Обеспечение национальных интересов в области цифровой экономики.
6. Цифровые услуги в экономике ЕС, основанной на данных.
7. Текущая ситуация и лидеры процесса преобразований.
8. Бизнес-сенсоры.
9. Транспондеры.
10. Большие данные.
11. Оцифровка исследований.
12. Взаимодействие и стандарты.
13. Умное производство.
14. Мобильные телекоммуникации.
15. Интернет вещей. Услуги, управляемые данными.
16. Облачные сервисы. Государственные закупки.
17. Электронный транспорт.
18. Анализ и управление рисками в сфере информационной безопасности
19. Программно-аппаратные средства защиты информации
20. Цифровая подпись
21. Правовая защита информации и интеллектуальной собственности в цифровой экономике
22. Решение проблем цифровой безопасности
23. Инновационная экономика: особенности и признаки в цифровой экономике
24. Основные направления и стратегии регулирования инновационной деятельности в условиях цифровизации экономики
25. Стратегии инноватизации развития цифровой экономики
26. Актуальные проблемы, модели и инструменты продвижения проектов коммерциализации инноваций
27. Система социальных связей как объективная предпосылка успешной реализации проекта в цифровой экономике
28. Информационно-телекоммуникационная инфраструктура цифровой экономики
29. Электронное правительство
30. Архитектура электронных услуг для граждан и бизнеса
31. Государственные информационные системы в социально-политической сфере

Обучающийся может написать не более одного эссе.

Критерии оценки:

26-30 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

21-25 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

15-20 баллов, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0-14 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом вопросе.

### Контрольные задачи

#### Вариант 1.

Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:

стоимость 1000 показов баннеров.

*Фирмой «А»* было куплено 20000 показов за 250000 руб. Показы были реализованы за 20 дней. За это время сайт посетили около 4500 уникальных пользователей. Количество кликов 1500. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 80%. До 65% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 35 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 30 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 75000 руб. Было заполнено 80 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 16 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 18 человек, 6 –заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с тремя был заключен соответствующий контракт.

Вариант 2. Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:

CR – converse on rate – коэффициент эффективного посещения

*Фирмой «А»* было куплено 20000 показов за 250000 руб. Показы были реализованы за 20 дней. За это время сайт посетили около 4500 уникальных пользователей. Количество кликов 1500. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 80%. До 65% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 35 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 30 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 75000 руб. Было заполнено 80 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 16 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 18 человек, 6 –заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с тремя был заключен соответствующий контракт.

Вариант 3. Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:

CTR — коэффициент просмотра рекламы

*Фирмой «А»* было куплено 20000 показов за 250000 руб. Показы были реализованы за 20 дней. За это время сайт посетили около 4500 уникальных пользователей. Количество кликов 1500. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 80%. До 65% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 35 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 30 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 75000 руб. Было заполнено 80 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 16 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 18 человек, 6 –заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с тремя был заключен соответствующий контракт.

Вариант 4. Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:

ROI (return on investment) - коэффициент окупаемости инвестиций (или коэффициент прибыльности инвестированного капитала)

*Фирмой «А»* было куплено 20000 показов за 250000 руб. Показы были реализованы за 20 дней. За это время сайт посетили около 4500 уникальных пользователей. Количество кликов 1500. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 80%. До 65% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 35 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 30 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 75000 руб. Было заполнено 80 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 16 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 18 человек, 6 –заполнили заявку на



сотрудничество, в итоге с тремя был заключен соответствующий контракт.

Вариант 5. Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:  
стоимость 1000 показов баннеров.

*Фирмой «В»* было куплено 40000 показов за 360000 руб. Показы были реализованы за 16 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 1650. Доля привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 60%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 20 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 15 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 90000 руб. Было заполнено 60 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 12 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 24 человека, 12 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с шестью был заключен соответствующий контракт.

Вариант 6. Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:

CR – converse on rate – коэффициент эффективного посещения

*Фирмой «В»* было куплено 40000 показов за 360000 руб. Показы были реализованы за 16 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 1650. Доля привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 60%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 20 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 15 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 90000 руб. Было заполнено 60 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 12 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 24 человека, 12 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с шестью был заключен соответствующий контракт.

Вариант 7. Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:

CTR — коэффициент просмотра рекламы

*Фирмой «В»* было куплено 40000 показов за 360000 руб. Показы были реализованы за 16 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 1650. Доля привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 60%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 20 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 15 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 90000 руб. Было заполнено 60 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 12 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 24 человека, 12 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с шестью был заключен соответствующий контракт.

Вариант 8. Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:

ROI (return on investment) - коэффициент окупаемости инвестиций (или коэффициент прибыльности инвестированного капитала)

*Фирмой «В»* было куплено 40000 показов за 360000 руб. Показы были реализованы за 16 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 1650. Доля привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 60%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 20 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 15 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 90000 руб. Было заполнено 60 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 12 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 24 человека, 12 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с шестью был заключен соответствующий контракт.

Вариант 9. . Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:

Сколько человек посмотрело рекламу?

*Фирмой «В»* было куплено 40000 показов за 360000 руб. Показы были реализованы за 16 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 1650. Доля привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 60%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 20 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 15 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 90000 руб.

руб. Было заполнено 60 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 12 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 24 человек, 12 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с шестью был заключен соответствующий контракт.

Вариант 10. Оцените экономическую эффективность рекламной компании в сети Интернет двух фирм (фирмы «А») посредством расчета некоторых показателей эффективности:

Сколько человек посмотрело рекламу?

Фирмой «А» было куплено 20000 показов за 250000 руб. Показы были реализованы за 20 дней. За это время сайт посетили около 4500 уникальных пользователей. Количество кликов 1500. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 80%. До 65% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 35 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 30 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 75000 руб. Было заполнено 80 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 16 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 18 человек, 6 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с тремя был заключен соответствующий контракт.

Вариант 11 Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы А.

Фирмой «А» было куплено 100000 показов за 25000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 33000 уникальных пользователей. Количество кликов 1300. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 70%. До 85% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 25 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 20 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 35000 руб. Было заполнено 100 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 10 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 20 человек, 5 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: Стоимость 1000 показов баннеров.

Вариант 12. Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы В.

Фирмой «В» было куплено 50000 показов за 20000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 850. Доля привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 80%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 30 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 25 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 15000 руб. Было заполнено 70 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 8 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 12 человек, 3 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: Стоимость 1000 показов баннеров.

Вариант 13 Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы А.

Фирмой «А» было куплено 100000 показов за 25000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 33000 уникальных пользователей. Количество кликов 1300. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 70%. До 85% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 25 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 20 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 35000 руб. Было заполнено 100 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 10 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 20 человек, 5 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: CR – converse on gate – коэффициент эффективного посещения (конверсия сайта).

Вариант 14. Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы В.

**Фирмой «В»** было куплено 50000 показов за 20000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 850. Доля привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 80%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 30 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 25 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 15000 руб. Было заполнено 70 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 8 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 12 человек, 3 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: CR – converse on rate – коэффициент эффективного посещения (конверсия сайта).

Вариант 15 Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы А.

**Фирмой «А»** было куплено 100000 показов за 25000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 33000 уникальных пользователей. Количество кликов 1300. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 70%. До 85% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 25 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 20 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 35000 руб. Было заполнено 100 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 10 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 20 человек, 5 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: CTR — коэффициент просмотра рекламы.

Вариант 16 Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы В.

**Фирмой «В»** было куплено 50000 показов за 20000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 850. Доля привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 80%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 30 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 25 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 15000 руб. Было заполнено 70 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 8 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 12 человек, 3 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: CTR — коэффициент просмотра рекламы.

Вариант 17 Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы А.

**Фирмой «А»** было куплено 100000 показов за 25000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 33000 уникальных пользователей. Количество кликов 1300. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 70%. До 85% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 25 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 20 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 35000 руб. Было заполнено 100 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 10 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 20 человек, 5 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: Сколько человек просмотрело рекламу?

Вариант 18 Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы В.

**Фирмой «В»** было куплено 50000 показов за 20000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 850. Доля

привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 80%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 30 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 25 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 15000 руб. Было заполнено 70 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 8 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 12 человек, 3 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: Сколько человек просмотрело рекламу?

Вариант 17 Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы А.

Фирмой «А» было куплено 100000 показов за 25000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 33000 уникальных пользователей. Количество кликов 1300. Доля привлеченных посетителей из Москвы составила свыше 70%. До 85% посещений произошло в рабочее время. Половина из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 25 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 20 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 35000 руб. Было заполнено 100 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 10 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 20 человек, 5 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: Ск ROI (return on investment) - коэффициент окупаемости инвестиций (или коэффициент прибыльности инвестированного капитала).

Вариант 18 Оцените экономическую эффективность рекламной кампании в сети Интернет посредством расчета некоторых показателей эффективности. Для этого:

Рассчитайте показатели экономической эффективности для фирмы В.

Фирмой «В» было куплено 50000 показов за 20000 руб. Показы были реализованы за 10 дней. За это время сайт посетили около 6000 уникальных пользователей. Количество кликов 850. Доля привлеченных посетителей из Санкт-Петербурга составила свыше 80%. До 45% посещений произошло в рабочее время. Две трети из посетителей сайта вошли в Интернет-магазин, 30 человек зарегистрировали и оформили заказ. В итоге было оплачено 25 заказов, что обеспечило получение прибыли на сумму 15000 руб. Было заполнено 70 анкет с предложениями по улучшению работы, из них 8 предложений признаны конструктивными. Раздел «Дилеры» посетило 12 человек, 3 – заполнили заявку на сотрудничество, в итоге с двумя был заключен соответствующий контракт.

Найти: ROI (return on investment) - коэффициент окупаемости инвестиций (или коэффициент прибыльности инвестированного капитала).

Критерии оценки.

15-20 баллов – обучающийся самостоятельно и правильно решил расчетную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя профессиональные понятия, правильно интерпретировал полученные значения;

9-14 баллов – обучающийся самостоятельно и в основном правильно решил расчетную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, не все показатели интерпретировал верно;

3-8 баллов – обучающийся неполностью решил расчетную задачу, допустил ошибки в интерпретации полученных показателей;

0-2 баллов – расчетная задача не решена.

### Контрольная работа

1. Экономическая социология: объект, предмет, функции, методы. Человек как субъект труда в экономике, в социологии и в экономической социологии. Основные постулаты экономической социологии (М. Грановеттер)

2. Основные этапы и направления развития экономической в Западной Европе и США: общая характеристика.

3. Основные этапы и направления развития экономической в России: общая характеристика.

4. Понятие и виды социально-экономических систем

5. Социально-экономические институты: определение, виды, основные функции.

6. Экономическое поведение: общая характеристика, виды. Концепция ограниченной рациональности экономического поведения Г. Саймона.

7. Институт собственности (определение, виды собственности, функции) и модели дистрибутивного поведения.

8. Приватизация и национализация. Общая характеристика приватизации в России в постсоветское время: основные этапы и последствия

9. Институт обмена. Принципы обмена. Основные подходы к изучению рынка в экономической социологии: сетевой, институциональный, властно-ориентированный, социокультурный.

10. Сравнительная характеристика рыночного и нерыночного видов обмена (реципрокность, патрон-клиентские отношения). Коммерческое поведение.

11. Потребительское поведение. Понятие потребления в экономике и в социологии: общее и специфика. Социологические теории потребления. Видьпотребительского поведения.

12. Предпринимательское поведение. Определение, основные черты и функции предпринимательской деятельности. Виды предпринимательства: в зависимости от сектора экономики, в зависимости от размеров, от количества собственников

13. Теория предпринимательства Й. Шумпетера.

14. Виды предпринимательства: в зависимости от сектора экономики, в зависимости от размеров, от количества собственников. Структура и численность предпринимателей в современной России.

Критерии оценивания:

- оценка «зачтено» (50-100 баллов) выставляется обучающемуся, если в контрольной работе обоснована актуальность темы, сущность темы, в целом, раскрыта; поученные выводы обоснованы;

- оценка «не зачтено» (0-49 баллов) выставляется обучающемуся, если содержание контрольной работы не соответствует теме, использованы неактуальные данные.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена. Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются вопросы исследования новых закономерностей развития современной цифровой экономики, предпосылок создания в России благоприятных организационных и нормативно-правовых условий для эффективного развития институтов цифровой экономики при участии государства. В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки принятия экономических решений.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент может:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад с презентацией по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент может прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.

Методические указания по написанию эссе.

Требования, предъявляемые к эссе:

1. Объем эссе не должен превышать 5-8 страниц. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14 (Times New Roman), с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.

2. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.

3. Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи.

4. Эссе должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.

5. Каждый абзац эссе должен содержать только одну основную мысль.

6. Эссе должно показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия, термины, обобщения, мировоззренческие идеи.

7. Эссе должно содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

Структура эссе.

Эссе состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении выделяют главную проблему, которую нужно раскрыть, и решить, каким образом эта проблема будет проанализирована.

В основной части целесообразно выстраивать систему аргументации на основе глубокой проработки темы и доказательств, обосновывающих высказанные утверждения. Следует выдвигать новые идеи по одной, в логической последовательности, которая даст возможность читателю проследить направление рассуждений. Эссе считается малой формой письменных работ, поэтому не принято делить основную часть на отдельные главы. Вместе с тем для удобства изложения и ясности логики аргументации основное содержание подразделяется абзацами.

В заключении дается обобщение выдвинутых идей и освещаются ключевые моменты главной части работы. Как правило, заключение составляется в соответствии с названием работы. Также здесь можно указать направления дальнейшего исследования и изучения данной темы.

*Методические указания по написанию контрольной работы.*

Контрольная работа должна быть написана на высоком теоретическом уровне. При написании работы необходимо обобщить теоретический материал по избранной теме с использованием статей и публикаций в периодической печати. Изложение темы должно быть конкретным, последовательным.

Контрольная работа выполняется на стандартных листах бумаги формата А4 (210x297 мм ± 10 мм).

Общий объем работы должен быть 20-30 страниц машинописного текста. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14 (Times New Roman), с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.

Во введении обосновывается выбор темы контрольной работы, цель и задачи, ее актуальность. Далее характеризуется объект исследования и степень разработанности проблемы отечественными и зарубежными исследователями, кратко освещается содержание основных разделов работы.

Разделы основного текста оформляются в виде глав с разбивкой на подразделы, название которых должно полностью соответствовать излагаемому материалу.

В заключении формулируются основные итоги выполненной студентом работы, а также выводы и предложения по решению поставленных задач.

Список используемых источников оформляется в алфавитном порядке.

В приложения (при необходимости) выносятся вспомогательные материалы: таблицы, расчеты, иллюстративный материал (графики, диаграммы и т.п.).