

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления - филиал РАНХиГС
Факультет государственного и муниципального управления
Кафедра государственного управления и менеджмента

УТВЕРЖДЕНА
учёным советом
Волгоградского института управления –
филиала РАНХиГС
Протокол № 2 от 23.09.2022 г.

АДАптированная программа бакалавриата
Стратегическое и операционное управление персоналом организации

(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса
для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся

**Б1.В.ДВ.12.02 «ЦИФРОВОЕ ОБЩЕСТВО И УПРАВЛЕНИЕ
ЦИФРОВОЙ РЕПУТАЦИЕЙ»**

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата)

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Очная

форма(ы) обучения

Год набора – 2023

Волгоград 2022 г.

Авторы–составители:

заведующий кафедрой прикладных информационных технологий ИОН РАНХиГС, кандидат технических наук

Голосов П.Е.

кандидат технических наук, доцент

кафедры прикладных информационных технологий ИОН РАНХиГС

Мосягин А.Б.

кандидат технических наук

кафедры информационных систем и математического моделирования Сальникова Н.А.

Визуализацию и озвучивание дисциплины выполнили:

к.полит.наук, директор программ НОЦ подготовки кадров для СНГ ИФУР

Арапова Н.П.

ведущий специалист Управления аспирантуры и докторантуры РАНХиГС

Мельникова Е.М.

начальник Управления информационной политики и коммуникаций Департамента труда и социальной защиты населения города Москвы

Цымбаленко Н.А.

Утверждаю:

заведующий кафедрой прикладных информационных технологий ИОН РАНХиГС,
кандидат технических наук
Протокол от «27» января 2022 г. № 5

Голосов П. Е.

Заведующий кафедрой Информационных систем и математического моделирования

К.техн. наук, доцент

О.А. Астафурова

РПД дисциплины Б1.В.ДВ.12.02 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» одобрена на заседании кафедры информационных систем и математического моделирования

Протокол от 23 сентября 2022 года № 2.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
1.1. Осваиваемые компетенции	4
1.2. Результаты обучения	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	5
3. Содержание и структура дисциплины	6
3.1. Структура дисциплины	6
3.2. Содержание дисциплины	7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	11
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации	11
4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся	12
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	21
5.1. Методы проведения зачета	21
5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации	21
6. Методические материалы по освоению дисциплины	34
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет	41
7.1. Основная литература	41
7.2. Дополнительная литература	41
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация	41
7.4. Интернет-ресурсы, справочные системы	42
7.5. Иные источники	42
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	42

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.12.02 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» обеспечивает овладение следующими компетенциями:
УК ОС-9;

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПКс-8	Способен применять и использовать методы и программные средства обработки деловой информации, специализированные кадровые компьютерные программы, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы при решении задач управления персоналом	ПКс-8.1.2	Способен к определению проблемы, постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями) посредством использования кадровых компьютерных программ.
УК ОС – 9	Способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности	УК ОС – 9.1	Способность использовать информационные технологии для простейших экономических расчетов.

1.2. Результаты обучения

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудоустройство или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Овладение навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ПКс-8.1.2	на уровне знаний: знает основы компьютерной грамотности и культуры использования цифровой информации, без которых невозможно формирование необходимого комплекса компетенций современного специалиста. истории, места и роли информационных технологий в жизни общества и в профессиональной деятельности; различий в информационных и компьютерных технологиях;
		на уровне умений (типичные действия выполняются по заданному алгоритму):

		пользоваться компьютером для осуществления деловой коммуникации, подготовки документов разного рода (писем, таблиц, презентаций, баз данных); решать повседневные информационные
--	--	--

		задачи (создания текстов, презентаций, таблиц, баз данных);
		на уровне навыков (<i>типовые действия выполняются автоматически, без воспроизведения алгоритма</i>): деловой коммуникации; информационного поиска
Овладение навыками применять визуальные и цифровые коммуникации направлено на формирование следующих обобщенных трудовых функций: анализ информации; разработка контента.	УК ОС – 9.1 Способность использовать информационные технологии для простейших экономических расчетов.	на уровне знаний: знает принципы функционирования компьютеров, операционных систем, вычислительных сетей, общесистемного и прикладного программного обеспечения
		на уровне умений: проектирует структуры данных и структурировать информацию; вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах
		на уровне навыков: решает повседневных информационных задач (создания текстов, презентаций, таблиц, баз данных)

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина принадлежит к Блоку - Вариативная часть. Дисциплины по выбору.

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.12.02 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» общим объемом 72 часа (2 ЗЕ) изучается в течение одного семестра. Изучение дисциплины заканчивается зачетом в 1 семестре.

Преподавание дисциплины Б1.В.ДВ.12.02 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» связано с другими дисциплинами: «Информация», «Информационные технологии в управлении персоналом» и опирается на их содержание.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 28 а.ч., в т.ч. 16 а.ч. лекций, 32 а.ч. семинаров и на самостоятельную работу обучающихся – 24 а.ч.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

№ темы	Наименование темы	Объем дисциплины (модуля) ¹ , ак. час.				Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации ²
		Всего	Контактная работа		Самостоятельная работа	
			Л*	ПЗ*	СРО*	
1	Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные	4	1	-	3	Т
2.	Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки	4	1	1	3	Т
3.	Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили	4	1	1	3	Т
4.	Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности	4	1	1	3	Т
5.	Введение в управление цифровой репутацией	2	1	1	1	Т
6.	Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций	4	1	1	3	Т
7.	Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)	4	1	1	3	Т
8.	Виртуальная и дополненная реальность	3	1	1	2	Т
9.	Гибкие методологии управления проектами	3	1	1	2	Т

10.	Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?	4	1	-	3	Т
11.	Что такое цифровая репутация	7	1	-	6	Т
12.	Целевая аудитория в сети	7	1	-	6	Т
13.	Стратегия управления цифровой репутацией	7	1	-	6	Т
14.	Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих	8	2	-	6	Т
15.	Управление конфликтами в социальных сетях	7	1	-	6	Т
Промежуточная аттестация		За				Зачет
Итого по дисциплине:		72	16	8	44	

Примечание 1- виды учебной деятельности, предусмотренные электронным курсом: Л – лекции, ПЗ – практические занятия, СРО – самостоятельная работа обучающегося.

Примечание 2 - формы текущего контроля успеваемости: За – зачет, Т – тестирование.

3.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1- Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные

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

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

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

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

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

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

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

Стандарты в области информационной безопасности. Триада

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

Тема 5. Введение в управление цифровой репутацией

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

Тема 6. Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций

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

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

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

Тема 8. Виртуальная и дополненная реальность

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

Тема 9. Гибкие методологии управления проектами

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

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

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

Тема 11. Что такое цифровая репутация

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

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

Составляющие цифровой репутации. Цифровой след + цифровая тень = цифровое облако. Как определить хорошую или плохую цифровую репутацию. Это зависит от вашего

цифрового окружения. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению второго раздела «Карты цифровой репутации».

Тема 12. Целевая аудитория в сети

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

Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории. В чем различие аудиторий на различных сетевых площадках. Корреляция с тональностью –

хорошая\плохая репутация. Рекомендации по выполнению практического задания «флеш- моб аватарок: Как меня видят в Сети».

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

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

Тема 13. Целевая аудитория в сети

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

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

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

Алгоритм управления цифровой репутацией основан на четырех основных этапах: мониторинг, работа с негативом и работа с позитивом, SERM. Организация мониторинга – ручного или автоматизированного в соответствии с целями и задачами управления ЦР. Работа с негативом. Две основные тактики – удаление и выдавливание при управлении информацией на собственных сетевых площадках.

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

Тактики работы с позитивом: создание уникального контента, размещение контента в Сети, расширение сетевой целевой аудитории. Основные трудности работы с контентом. Управление репутацией в поисковой выдаче. Оценка результатов SERM, острова контента, заказ контекстной рекламы. Нужны ли вам услуги SERM-специалистов – критерии оценки.

Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой репутацией. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга.

Понимание критериев оценки тех или иных видов работ, связанных с репутацией. На каждом этапе у вас должно сложиться понимание – сколько времени занимает тот или иной

вид работы, как оценивается эффективность выполнения, какие результаты должны быть получены, сколько специалистов примерно надо привлечь к выполнению конкретно ваших целей. Рекомендации по выполнению практического задания к разделу –

«Стратегия управления цифровой репутацией».

Тема 14. Стратегия управления цифровой репутацией

Нормативное регулирование деятельности госслужащих в сети. Обзор законодательства. Ответственность за утаивание сведений об активности в сети.

Рекомендации по поведению в сети. Правила поведения в сети, включая личные страницы.

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

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

Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия. В чем

отличия. Рекомендации по выполнению практического задания «Кейс: Косметический бренд Lime Crime».

Рекомендации по решению конфликт в Сети прямого участия. Что делать нельзя, что желательно, что рекомендуется. Рекомендации по выполнению практического задания на примере кейса «Увольнение Галины Паниной».

Рекомендации по решению конфликта в Сети косвенного участия. Различные тактики реагирования во взаимосвязи с поставленными целями управления ЦР. ЦР для вас резюме или капитал.

Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети. Рекомендации по выполнению практического задания «Личный опыт сетевого конфликта».

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

4.Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

В ходе реализации дисциплины «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся¹:

- при проведении занятий лекционного типа: тестирование теоретической подготовленности
- при занятиях самостоятельной работой: самостоятельная работа обучающихся является одной из форм самообразования, роль преподавателя при этом заключается в оказании консультативной и направляющей помощи обучающемуся с применением ДОТ в СДО.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма		
Тема 1	Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные	Устный опрос, письменный тест,
Тема 2	Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки	Устный опрос, письменный тест,
Тема 3	Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили	Устный опрос, письменный тест,
Тема 4	Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности	Устный опрос, письменный тест,
Тема 5	Введение в управление цифровой репутацией	Устный опрос, письменный тест,
Тема 6	Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций	Устный опрос, письменный тест,
Тема 7	Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)	Устный опрос, письменный тест,
Тема 8	Виртуальная реальность и дополненная реальность	Устный опрос, письменный тест,
Тема 9	Гибкиеметодологии	

	управления проектами	Устный опрос, письменный тест,
Тема 10	Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?	Устный опрос, письменный тест,
Тема 11	Что такое цифровая репутация	Устный опрос, письменный тест,
Тема 12	Целевая аудитория в сети	Устный опрос, письменный тест,
Тема 13	Стратегия управления цифровой репутацией	Устный опрос, письменный тест,
Тема 14	Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих	Устный опрос, письменный тест,
Тема 15	Управление конфликтами в социальных сетях	Устный опрос, письменный тест,

4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Тема 1- Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные

Вопросы для устного опроса:

1. Методы и технологии искусственного интеллекта.
2. Машинное обучение.
3. Гибридная парадигма построения искусственных интеллектуальных систем.
4. Особенности цифровизации экономических процессов.
5. Роль государства в использовании цифровых платформ.

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

Вопросы для устного опроса:

1. Цифровая экономика: обзор базовых понятий, концепций, ключевые составляющие цифровой экономики, ее важность для РФ. Способы реализации. Основные технологии.
2. Основные цифровые платформы, роль государства: трансформация продаж и услуг в цифровых платформах.
3. Технология 5G: особенности и преимущества использования.

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты?

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

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

Вопросы для устного опроса:

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

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты?

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

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

Вопросы для устного опроса:

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

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Какие инструменты для повышения безопасности паролей рекомендуется использовать?

- 1) Программы управления паролями
- 2) Анализаторы исходного кода
- 3) Межсетевые экраны
- 4) "Песочница"

Тема 5. Введение в управление цифровой репутацией

Вопросы для устного опроса:

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

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Какое из положений верно для принципа итеративности:

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

Тема 6. Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций

Вопросы для устного опроса:

1. Экономические процессы, сопровождающие первую и вторую квантовые революции.

2. Понятия волновой и квантовой оптики.
3. Квантовая криптография.
4. Особенности реализации квантового компьютера.
5. Использование квантовой криптографии в цифровой экономике.

Тест, содержащий вопросы по тематике:

1. Что такое новые финансовые структуры и при чем здесь цифровая репутация?
2. Почему во вселенной Стартрека отсутствуют деньги?
3. Что такое сетевая революция?

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

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

Вопросы для устного опроса:

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

Тест, содержащий вопросы по тематике:

1. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация?
2. Как мы определяем «плохую» или «хорошую» цифровую репутацию?
3. Является ли выбранная Вами профессия сферой повышенных репутационных рисков? Если да, то почему?
4. Какие профессии не несут повышенных репутационных рисков? Назовите несколько. Объясните почему?
5. Соответствует ли вы мнению окружающих о вас?
6. Есть ли у вас план, как управлять мнением окружающих о вас?
7. Есть ли у вас свой стиль\образ\бренд?
8. Что вредит тому образу, который сложился у окружающих о вас?
9. Что способствует хорошему мнению окружающих о вас?
10. Помогает ли вам мнение окружающих добиваться поставленных целей?

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Виды сетевых конфликтов.
Конфликты прямого и косвенного участия. В чем отличия.

Тема 8. Виртуальная и дополненная реальность

Вопросы для устного опроса:

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

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

Тема 9. Гибкие методологии управления проектами

Вопросы для устного опроса:

1. Гибкие методологии разработки ПО. Методология Scrum.
2. Экстремальное программирование.
3. Бережливое производство.
4. Методология Канбан.

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

Вопросы для устного опроса:

1. Мобильные приложения.
2. Проектирование интерфейсов мобильных приложений.
3. Разработка мобильных приложений.
4. Монетизация и мобильная аналитика.
5. Продвижение мобильных приложений.

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

Тема 11. Что такое цифровая репутация

Вопросы для устного опроса:

1. Понятие «репутация». Репутация человека и репутация объекта или профессии. Кто создает репутацию.
2. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация.
3. Сетевой этикет. Определение цифровой репутации.
4. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению первого раздела «Карты цифровой репутации».
5. Составляющие цифровой репутации. Цифровой след + цифровая тень = цифровое облако.
6. Как определить хорошую или плохую цифровую репутацию. Это зависит от вашего цифрового окружения.
7. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению второго раздела «Карты цифровой репутации».

Тест, содержащий вопросы по
тематике:

Что значит управлять репутацией в сети. Как работать с системой мониторинга. Как разработать стратегию управления цифровой

репутации.

Как поставить KPI для оценки эффективности работы с цифровой репутацией. Что делать с конфликтами в сети. Что делать, если я хочу узнать больше.

Тема 12. Целевая аудитория в сети

Вопросы для устного опроса:

1. Понятие сетевой целевой аудитории. Определение.
2. Универсальная методика по сегментации целевой аудитории в сети 5G.
3. Поиск и анализ текущей аудитории в сети – это точка отсчета для выстраивания стратегии по управлению вашей цифровой репутацией.
4. Рекомендации по выполнению практического задания – заполнение следующего раздела Карты цифровой репутации.
5. Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории. В чем различие аудиторий на различных сетевых площадках.
6. Корреляция с тональностью – хорошая\плохая репутация.
7. Рекомендации по выполнению практического задания «флеш- моб аватарок: Как меня видят в Сети». Два пути управления сетевой целевой аудиторией: прямой и косвенный. Прямой путь – стать лидером мнений.
8. Косвенный путь – как управлять «чужой» сетевой аудиторией. Прямой и косвенный пути управления аудиторией не исключают друг друга, но каждый из них имеет свои достоинства и недостатки. Однако в обоих случаях наработка доверия у аудитории как основы вашей цифровой репутации – это долгосрочный процесс.

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Что значит управлять репутацией в сети. Как работать с системой мониторинга. Как разработать стратегию управления цифровой репутации.

Как поставить KPI для оценки эффективности работы с цифровой репутацией. Что делать с конфликтами в сети. Что делать, если я хочу узнать больше.

Тема 13. Целевая аудитория в сети

Вопросы для устного опроса:

1. Для каких целей вы хотите управлять вашей цифровой репутацией? Формируете вы репутация в Сети как капитал или как резюме. Эти два направления не исключают друг друга, но от выбора приоритетов зависит ваша стратегия по управлению ЦР.
2. Определение репутационного капитала, его роль в современной экономике. Шеринг- экономика и взаимосвязь цифровой репутации и успеха в бизнесе.
3. Цифровые портреты как инструмент подбора кадров. Как формируются цифровые портреты. Цифровые портреты как основа социальных рейтингов государства.
4. Алгоритм управления цифровой репутацией основан на четырех основных этапах: мониторинг, работа с негативом и работа с позитивом, SERM. Организация мониторинга – ручного или автоматизированного в соответствии с целями и задачами управления ЦР. Работа с негативом. Две основные тактики – удаление и выдавливание при управлении информацией на собственных сетевых площадках.

5. Работа с негативом на «чужих» сетевых площадках предполагает большее разнообразие тактических приемов. Боты и проблемы с их распознаванием.
6. Тактики работы с позитивом: создание уникального контента, размещение контента в Сети, расширение сетевой целевой аудитории. Основные трудности работы с контентом.
7. Управление репутацией в поисковой выдаче. Оценка результатов SERM, острова контента, заказ контекстной рекламы. Нужны ли вам услуги SERM-специалистов – критерии оценки.
8. Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой репутацией. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга.
9. Понимание критериев оценки тех или иных видов работ, связанных с репутацией. На каждом этапе у вас должно сложиться понимание – сколько времени занимает тот или иной вид работы, как оценивается эффективность выполнения, какие результаты должны быть получены, сколько специалистов примерно надо привлечь к выполнению конкретно ваших целей. Рекомендации по выполнению практического задания к разделу – «Стратегия управления цифровой репутацией».

Тест, содержащий вопросы по тематике:

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

Тема 14. Стратегия управления цифровой репутацией

Вопросы для устного опроса:

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

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

Вопросы для устного опроса:

1. Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия. В чем отличия. Рекомендации по выполнению практического задания «Кейс:

Косметический бренд Lime Crime».

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

Тест, содержащий вопросы по тематике:

1. Каких тем, кроме религии и политики, следует избегать в Сети, чтобы не провоцировать сетевые конфликты? Почему?
2. Что вы знаете о защите данных на своем смартфоне? Как часто обновляете программы защиты данных на своих цифровых устройствах?
3. Ваш аккаунт взломали и требуют деньги, иначе разместят в публичном доступе ваши интимные фотографии. Что будете делать?
4. Всегда ли время реагирования – это ключевой фактор при урегулировании сетевого конфликта?
5. Почему Эрик Куалман сформулировал именно 36 правил цифровой безопасности?

Тест, содержащий вопросы по тематике:

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

Типовые тестовые задания по темам лекций

1. Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты?
 - 1) Проверить самостоятельно
 - 2) Проверить у специалистов
 - 3) Посмотреть отчет независимой испытательной лаборатории
 - 4) Проверить наличие сертификата РСТ
2. Какие инструменты для повышения безопасности паролей рекомендуется использовать?
 - 1) Программы управления паролями
 - 2) Анализаторы исходного кода
 - 3) Межсетевые экраны
 - 4) «Песочница»

3. Канбан был изобретен:
- 1) В Корее
 - 2) В Китае
 - 3) В США
 - 4) В Японии
4. Какое из положений верно для принципа итеративности:
- 1) С самого начала точно известно время разработки продукта и его стоимость
 - 2) Разработка ведется короткими итерациями при наличии активной взаимосвязи с заказчиком
 - 3) Соблюдения юридических договоренностей является первоочередным условием выполнения работ
 - 4) Пользовательские истории не являются начальной информацией, на основании которой создается модуль
5. Парное программирование — это:
- 1) Программисты соревнуются друг с другом в скорости выполнения задачи
 - 2) Два программиста вместе создают код на одном общем рабочем месте
 - 3) Один программист заменяет другого при необходимости
 - 4) Программисты совершают одинаковые действия на разных рабочих местах
6. Какие категории нарушителей наиболее актуальны при подключении домашнего компьютера проводом к сети Интернет через маршрутизатор провайдера?
- 1) Соседи
 - 2) Внутренние нарушители
 - 3) Спецслужбы
 - 4) Внешние нарушители
7. Насколько быстро возможно взломать незащищенную и подключенную напрямую к сети Интернет информационную систему?
- 1) Взломать можно мгновенно
 - 2) Взломать в принципе невозможно
 - 3) Информационная система испытывает атаки практически мгновенно и будет взломана в течение нескольких часов
 - 4) Информационная система испытывает взломы мгновенно, из них будет выбран наиболее подходящий
8. Как называется процедура проверки подлинности?
- 1) Дактилоскопия
 - 2) Аутентификация
 - 3) Шифрование
 - 4) Идентификация
9. Назовите основополагающие элементы в структуре Scrum:
- 1) Согласование
 - 2) Роли
 - 3) Практики
 - 4) Юридическая документация
 - 5) Артефакты
10. К целям экстремального программирования относят:

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

Шкала оценивания

Устный опрос

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации информации в области документационного обеспечения.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике, владеет навыками анализа и систематизации информации в области документационного обеспечения системы ГМУ
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять полученные знания на практике в отдельных сферах профессиональной деятельности, владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области документационного обеспечения системы ГМУ
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет использовать полученные знания для решения основных практических задач в отдельных сферах профессиональной деятельности, частично владеет основными навыками анализа и систематизации информации в области документационного обеспечения системы ГМУ
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, не умеет применять полученные знания на практике, не владеет навыками анализа и систематизации информации в области документационного обеспечения системы ГМУ

Тестирование

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\% ,$$

где B – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;

B – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;

O – общее количество вопросов в тесте.

Проверка кейса

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при проверке кейса во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проверке кейса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

При оценивании результатов решения кейса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.

менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, практических и аналитических навыков в рамках осваиваемой компетенции.
-----------	---

Решение задач

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при решении задач во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при решении задач, является количество верно решенных задач. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам решения задач, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100\% ,$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам решения задач;

В – количество верно решенных задач;

О – общее количество задач.

Решение ситуационной задачи

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при выполнении ситуационной задачи во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания является сбор и обобщение необходимой информации, правильное выполнение необходимых расчетов, достоверность и обоснованность выводов.

При оценивании результатов решения ситуационной задачи используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, умеет собирать и обобщать необходимую информацию, правильно осуществляет расчеты, делает обоснованные выводы
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, может собрать большую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом незначительные ошибки
74% - 60%	Учащийся демонстрирует знание некоторой части основных теоретических положений, может собрать некоторую часть необходимой информации, рассчитывает необходимые показатели, делает выводы, допуская при этом ошибки
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, умений и навыков в рамках осваиваемой компетенции.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Методы проведения зачета

Зачет проводится с применением следующих методов: метод устного опроса по вопросам из перечня примерных вопросов из п.5.2.

При необходимости предусматривается увеличение времени на подготовку к промежуточной аттестации. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПКс-8.1.2 Способен к определению проблемы, постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями) посредством использования кадровых компьютерных программ.	знает виды и категории средств, технологий и механизмов информационного обеспечения взаимодействия в организации, кадровые информационные системы	Применяет знания компьютерной грамотности и культуры использования цифровой информации, без которых невозможно формирование комплекса компетенций современного специалиста. истории, места и роли информационных технологий в жизни общества и в профессиональной деятельности;

Компонент компетенции	Промежуточный / ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
		различий в информационных и компьютерных технологиях;
	определяет и разрабатывает требования к средствам информационного взаимодействия, субъектам и объектам информационного поиска документов в сфере управления персоналом для решения профессиональных задач, требования к должностям, критерии подбора и расстановки персонала, найма -разрабатывает и внедряет информационные кадровые программы и процедуры подбора и отбора персонала, оценки персонала при найме, составляет необходимую документацию в информационном поле и программы подбора и отбора кадров	Пользуется компьютером для осуществления деловой коммуникации, подготовки документов разного рода (писем, таблиц, презентаций, баз данных); решать повседневные информационные задачи (создания текстов, презентаций, таблиц, баз данных);
	знает виды и категории деловой коммуникации в организации, специальные документы в этой сфере;	Определяет виды и формы деловой коммуникации; информационного поиска
УК ОС – 9.1 Способность использовать информационные технологии для простейших экономических расчетов.	- определяет и разрабатывает информационные основы системы управления персоналом - разрабатывает и внедряет информационные кадровые программы для осуществления информационной поддержки процедуры подбора и отбора персонала, оценки персонала при найме	знает принципы функционирования компьютеров, операционных систем, вычислительных сетей, общесистемного и прикладного программного обеспечения
	знает различные системы релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах	проектирует структуры данных и структурирует информацию; вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах
	– определяет виды и категории информационных задач (создания текстов, конкретной категории должностей)	решает повседневных информационных задач (создания текстов, презентаций, таблиц, баз данных)

Типовые оценочные средства промежуточной аттестации **Вопросы к зачету по дисциплине**

1. Общий обзор методов и технологий искусственного интеллекта.
2. машинное обучение, гибридная парадигма построения искусственных интеллектуальных систем.
3. использование искусственного интеллекта сегодня, его применение в различных сферах жизни, мифы и факты об искусственном интеллекте.
4. Цифровая экономика и современные технологические тренды
5. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки
6. Цифровая экономика: обзор базовых понятий, концепций, ключевые составляющие цифровой экономики, ее важность для РФ. Способы реализации. Основные технологии.
7. Основные цифровые платформы, роль государства: трансформация продаж и услуг в цифровых платформах. Технология 5G: особенности

- и преимущества использования.
8. Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили
 9. Технологическое лидерство, цифровизация экономики, основные платформы.
 10. Большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект.
 11. Системы распределенного реестра, квантовые технологии.
 12. Промышленный интернет вещей, компоненты робототехники и сенсорики. Технологии виртуальной и дополнительной реальностей.
 13. Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности
 14. Стандарты в области информационной безопасности.
 15. Триада информационной безопасности.
 16. Риски информационной безопасности.
 17. Развитие систем информационной безопасности. Технические средства защиты.
 18. Системы защиты облачных сервисов и электронной почты. Защита дополнительных корпоративных сервисов.
 19. Средства защиты системы контроля доступа пользователя. Системы контроля доступа устройств к сети.
 20. Репутационные сервисы и SIEM-системы. IT-активы, управление паролями. Рекомендации по личной безопасности в интернете.
 21. Понятие цифровой репутации, управление цифровой репутацией
 22. Правила создания цифровой репутации, выполнение практических заданий по формированию цифровой репутации.
 23. Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций
 24. Экономические процессы, сопровождающие первую и вторую квантовые революции.
 25. Понятия волновой и квантовой оптики. Квантовая криптография
 26. Особенности реализации квантового компьютера. Использование квантовой криптографии в цифровой экономике.
 27. Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты).
 28. Понятие блокчейна, их разновидность. Устройство, формирование, реализация технологии блокчейна. Криптовалюта как основное применение блокчейна.
 29. Обзор Топ-5 криптовалют по капитализации. Смарт-контракты. Где можно использовать блокчейн уже сегодня.
 30. Виртуальная и дополненная реальность. Обзор возможностей и различий AR и VR-технологий.
 31. Использование VR- технологии. Кейсы с использованием AR-технологии.
 32. Как создаются VR и AR-проекты. Способы дистрибуции проектов и перспективы развития технологий.
 33. Гибкие методологии управления проектами
 34. Гибкие методологии разработки ПО. Методология Scrum. Экстремальное программирование. Бережливое производство. Методология Канбан.
 35. Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?
 36. Мобильные приложения. Проектирование интерфейсов мобильных приложений. Разработка мобильных приложений.
 37. Монетизация и мобильная аналитика. Продвижение мобильных приложений.

38. Что такое цифровая репутация. Понятие «репутация». Репутация человека и репутация объекта или профессии. Кто создает репутацию.

39. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация. Сетевой этикет.

40. Определение цифровой репутации. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению первого раздела «Карты цифровой репутации».

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

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

43. Целевая аудитория в сети

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

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

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

47. Косвенный путь – как управлять «чужой» сетевой аудиторией.

48. Рекомендации по выполнению практического задания – заполняем финальный раздел Карты цифровой репутации.

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

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

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

52. Алгоритм управления цифровой репутацией основан на четырех основных этапах: мониторинг, работа с негативом и работа с позитивом, SERM.

53. Организация мониторинга – ручного или автоматизированного в соответствии с целями и задачами управления ЦР. Работа с негативом. Две основные тактики – удаление и выдавливание при управлении информацией на собственных сетевых площадках.

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

55. Тактики работы с позитивом: создание уникального контента, размещение контента в Сети, расширение сетевой целевой

аудитории.

56. Основные трудности работы с контентом. Управление репутацией в поисковой выдаче.

57. Оценка результатов SERM, острова контента, заказ контекстной рекламы. Нужны ли вам услуги SERM-специалистов – критерии оценки.

58. Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой репутацией. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга.

59. Понимание критериев оценки тех или иных видов работ, связанных с репутацией. На каждом этапе у вас должно сложиться понимание – сколько времени занимает тот или иной вид работы, как оценивается эффективность выполнения, какие результаты должны быть получены, сколько специалистов примерно надо привлечь к выполнению конкретно ваших целей. Рекомендации по выполнению практического задания к разделу –«Стратегия управления цифровой репутацией».

60. Стратегия управления цифровой репутацией.

61. Нормативное регулирование деятельности госслужащих в сети. Обзор законодательства.

62. Ответственность за утаивание сведений об активности в сети. Рекомендации по поведению в сети.

63. Правила поведения в сети, включая личные страницы. Что значит управлять репутацией в сети.

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

65. Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих.

66. Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия. В чем отличия. Рекомендации по выполнению практического задания «Кейс: Косметический бренд Lime Crime». Рекомендации по решению конфликт в Сети прямого участия. Что делать нельзя, что желательно, что рекомендуется. Рекомендации по выполнению практического задания на примере кейса «Увольнение Галины Паниной».

67. Рекомендации по решению конфликта в Сети косвенного участия.

68. Различные тактики реагирования во взаимосвязи с поставленными целями управления ЦР. ЦР для вас резюме или капитал.

69. Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети. Рекомендации по выполнению практического задания «Личный опыт сетевого конфликта».

70. Кибербуллинг как новое явление Интернет-пространства: причины. Понятие. Темпы распространения.

71. Последствия для жертвы. Методы предупреждения/борьбы. Почему нельзя участвовать, как это отражается на цифровой репутации.

Типовой ИТОГОВЫЙ ТЕСТ по дисциплине

Управление цифровой репутацией – это значит:

- А. работать с отзывами о бизнесе или персоне
- Б. отслеживать и убирать из Сети негатив
- В. вести активную рекламу бизнеса или персоны в Сети

действительности Б. Можно попытаться, но надо иметь в виду, что
Сеть помнит все
В. Полностью удалить нельзя, но
можно скрыть Г. Верно все
вышеперечисленное

10. Что такое «Эффект Стрейзанд»?

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

**11. Сколько времени требуется, чтобы отработать негатив с
упоминанием бизнеса или персоны?**

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

12. Первый шаг при разработке стратегии управления репутацией – это...

А. Мониторинг
Б. Покупка
отзывов В.
Запуск
рекламы
Г. Создание бренда бизнеса или персоны

**13. Большинство пользователей просматривают в результатах поисковой
выдачи:**

А. не дальше первых трех страниц (первые 30
результатов) Б. не дальше первых двух страниц
(первые 20 результатов) В. не дальше первой
страницы (первые 10 результатов)
Г. пока не найдут то, что ищут

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

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

**15. В каких социальных сетях необходимо завести площадку для
эффективного управления цифровой репутацией бизнеса или
персоны в России?**

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

Е. Там, где будет максимальный отклик вашей целевой аудитории

16. Что такое целевая аудитория в Сети?

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

17. Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?

- А. меньше 50 пользователей
- Б. больше тысячи пользователей
- В. больше нескольких тысяч пользователей
- Д. 92,8 миллионов пользователей Рунета
- Г. 4,5 миллиарда пользователей Сети

18. Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:

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

19. Как распознать, что против бизнеса или персоны началась информационная атака?

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

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

- А. Верно
- Б. Неверно

Шкала оценивания

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время промежуточной аттестации определяется оценками «Отлично» / «Хорошо»/ «Удовлетворительно»/ «Неудовлетворительно». Критериями оценивания на зачете с оценкой является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации информации в области финансов.

Для дисциплин, формой промежуточной аттестации которых является зачет с оценкой, приняты следующие соответствия:

- 90-100% - «отлично» (5);
- 75-89% - «хорошо» (4);

- 60-74% - «удовлетворительно» (3);
- менее 60% - «неудовлетворительно» (2).

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90% (отлично)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач
89% - 75% (хорошо)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
74% - 60% (удовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 60% (неудовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.

6. Методические материалы по освоению дисциплины

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат является индивидуальной самостоятельно выполненной работой студента. Тему реферата студент выбирает из перечня тем, рекомендуемых преподавателем, ведущим соответствующую дисциплину. Реферат должен содержать следующие структурные элементы: Титульный лист Содержание Введение Основная часть Заключение Список литературы Приложения (при необходимости). Требования к оформлению рефератов: шрифт – 14, поля – по 2 см, интервал – 1, объем – не менее 10 стр.

Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины

Структура времени, необходимого на изучение дисциплины

Форма изучения дисциплины	Время, затрачиваемое на изучение дисциплины, %
Изучение литературы, рекомендованной в учебной программе	40
Решение задач, практических упражнений и ситуационных примеров	40
Изучение тем, выносимых на самостоятельное рассмотрение	20
Итого	100

Методические рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента, умения решать практические задачи. На практических (семинарских) занятиях предполагается рассматривать наиболее важные, существенные, сложные вопросы которые, наиболее трудно усваиваются студентами. При этом готовиться к практическому (семинарскому) занятию всегда нужно заранее. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с вопросами для устного опроса,
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);

- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Рекомендации по изучению методических материалов

Методические материалы по дисциплине позволяют студенту оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины. Методические материалы по дисциплине призваны помочь студенту понять специфику изучаемого материала, а в конечном итоге – максимально полно и качественно его освоить. В первую очередь студент должен осознать предназначение методических материалов: структуру, цели и задачи. Для этого он знакомится с преамбулой, оглавлением методических материалов, говоря иначе, осуществляет первичное знакомство с ним. В разделе, посвященном методическим рекомендациям по изучению дисциплины, приводятся советы по планированию и организации необходимого для изучения дисциплины времени, описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»), рекомендации по работе с литературой, советы по подготовке к экзамену и разъяснения по поводу работы с тестовой системой курса и над домашними заданиями. В целом данные методические рекомендации способны облегчить изучение студентами дисциплины и помочь успешно сдать экзамен. В разделе, содержащем учебно-методические материалы дисциплины, содержание практических занятий по дисциплине.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

На самостоятельную работу студентов по дисциплине Б1.В.ДВ.12.02 «Цифровое общество и цифровая репутация» выносятся следующие темы:

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС	
1	2	4	Форма контроля 6
1	Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные	Понятие «искусственный интеллект». Правовое регулирование и практика реализации норм: проблемы перспективы	О, Т
2	Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии и, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки	Характеристика современных информационных технологий, механизмов, средств	О, Т
3	Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили	Формирование интернета вещей и промышленного интернета.	О, Т
4	Как спастись от киберугроз в новую	Информационная безопасность: вопросы правового, нормативного, федерального и регионального регулирования.	

	эпоху? Вопросы информационной безопасности		<i>O, T</i>
5	Введение в управление цифровой репутацией	Понятие и формы цифровой репутации. Необходимость и значимость цифровой репутацией	<i>O, T</i>
6	Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций	Развитие цифровых технологий и информационных средств	<i>O, T</i>
7	Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)	Современная обстановка по регулированию использования криптовалюты: проблемы и перспективы	<i>O, T</i>
8	Виртуальная и дополненная реальность	Виртуальная реальность: вопросы воплощения, информационной безопасности и регламентация	<i>O, T</i>
9	Гибкие методологии управления проектами	Управление проектами и информационная поддержка их реализации	<i>O, T</i>
10	Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?	Механизмы создания программ, методы и формы	<i>O, T</i>
11	Что такое цифровая репутация	Понятие и формы цифровой репутации. Необходимость и значимость цифровой репутацией	<i>O, T</i>
12	Целевая аудитория в сети	социальные сети и информационная безопасность: перспективы и угрозы	<i>O, T</i>
13	Стратегия управления цифровой репутацией	Понятие и формы цифровой репутации. Необходимость и значимость цифровой репутацией	<i>O, T</i>
14	Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих	В государственном и муниципальном управлении - формы цифровой репутации. Необходимость и значимость цифровой репутацией	<i>O, T</i>
15	Управление конфликтами в социальных сетях	социальные сети и информационная безопасность: перспективы и угрозы	<i>O, T</i>

Тестовые задания предназначены для самостоятельной проверки обучающихся. Преподавателю рекомендуется интегрировать данную оценку в балльно-рейтинговую систему оценивания дисциплины, согласно положению о БРС своего подразделения Академии. Итоговая оценка по дисциплине формируется путём сложения баллов, полученных за прохождение текущей аттестации по темам, и баллов, набранных за итоговое тестирование.

Баллы	Оценка
0-59	«не зачтено»
60-100	«зачтено»

Шкала текущего контроля знаний		Максимальный балл за выполнение
Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные	Итоговый тест по теме 1	2
Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки	Итоговый тест по теме 2	2
Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные Профили	Итоговый тест по теме 3	2
Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности	Итоговый тест по теме 4	2
Введение в управление цифровой репутацией	Итоговый тест по теме 5, практическое Задание	2
Информация в квантовом мире и будущее Коммуникаций	Итоговый тест по теме 6	2
Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)	Итоговый тест по теме 7	2
Виртуальная и дополненная реальность	Итоговый тест по теме 8	2
Гибкие методологии управления проектами	Итоговый тест по теме 9	2
Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?	Итоговый тест по теме 10	2
Что такое цифровая репутация	Итоговый тест по теме 11	2

Целевая аудитория в сети	Итоговый тест по теме 12	2
Стратегия управления цифровой репутацией	Итоговый тест по теме 13	2
Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих	Итоговый тест по теме 14	2
Управление конфликтами в социальных сетях	Итоговый тест по теме 15	2
Итого		30

Каждый из тестов текущего контроля знаний, состоит из 20 вопросов, на выполнение каждого теста отводится 1 попытка с ограничением времени – 20 минут на попытку.

Шкала итоговой оценки за освоение дисциплины

Контрольные мероприятия	Максимальный балл за выполнение
Итоговые тесты по темам 1-15	30
Итоговый тест по курсу	70

Неотъемлемым элементом учебного процесса является самостоятельная работа студента. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки специалистов. Формы самостоятельной работы студентов по дисциплине: написание конспектов, подготовка ответов к вопросам, написание рефератов, решение задач, исследовательская работа.

Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.б «Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

Рекомендации по работе с литературой

При изучении курса учебной дисциплины особое внимание следует обратить на рекомендуемую основную и дополнительную литературу.

Важным элементом подготовки к семинару является глубокое изучение основной и дополнительной литературы, рекомендованной по теме занятия, а также первоисточников. При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует придерживаться правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

Важно и внешнее оформление конспекта. В его начале надо указать тему семинара, дату написания, названия литературных источников, которые будут законспектированы. Глубокая самостоятельная работа над ними обеспечит успешное усвоение изучаемой дисциплины.

Одним из важнейших средств серьезного овладения теорией является **конспектирование первоисточников**.

Для составления конспекта рекомендуется сначала прочитать работу целиком, чтобы уяснить ее общий смысл и содержание. При этом можно сделать пометки о ее структуре, об основных положениях, выводах, надо стараться отличать в тексте основное от второстепенного, выводы от

аргументов и доказательств. Если есть непонятные слова, надо в энциклопедическом словаре найти, что это слово обозначает. Закончив чтение (параграфа, главы, статьи) надо задать себе вопросы такого рода: В чем главная мысль? Каковы основные звенья доказательства ее? Что вытекает из утверждений автора? Как это согласуется с тем, что уже знаете о прочитанном из других источников?

Ясность и отчетливость восприятия текста зависит от многого: от сосредоточенности студента, от техники чтения, от настойчивости, от яркости воображения, от техники фиксирования прочитанного, наконец, от эрудиции – общей и в конкретно рассматриваемой проблеме.

Результатом первоначального чтения должен быть простой **план текста и четкое представление о неясных местах**, отмеченных в книге. После предварительного ознакомления, при повторном чтении следует **выделить основные мысли автора** и их развитие в произведении, обратить внимание на обоснование отдельных положений, на методы и формы доказательства, наиболее яркие примеры. В ходе этой работы окончательно отбирается материал для записи и определяется ее вид: **план, тезисы, конспект**.

План это краткий, последовательный перечень основных мыслей автора. Запись прочитанного в виде тезисов – значит выявить и записать опорные мысли текста. Разница между планом и тезисами заключается в следующем: в плане мысль называется (ставь всегда вопрос: о чем говорится?), в тезисах – формулируется – (что именно об этом говорится?). Запись опорных мыслей текста важна, но полного представления о прочитанном на основании подобной записи не составишь. Важно осмыслить, как автор доказывает свою мысль, как убеждает в истинности своих выводов. Так возникает конспект. Форма записи, как мы уже отметили, усложняется в зависимости от целей работы: план – о чем?; тезисы – о чем? что именно?; конспект – о чем? что именно? как?

Конспект это краткое последовательное изложение содержания. Основу его составляет план, тезисы и выписки. Недостатки конспектирования: многословие, цитирование не основных, а связующих мыслей, стремление сохранить стилистическую связанность текста в ущерб его логической стройности. Приступать к конспектированию необходимо тогда, когда сложились навыки составления записи в виде развернутого подробного плана.

Форма записи при конспектировании требует особого внимания: важно, чтобы собственные утверждения, размышления над прочитанным, четко отделялись при записи. Разумнее выносить свои пометки на широкие поля, записывать на них дополнительные справочные данные, помогающие усвоению текста (дата события, упомянутого авторами; сведения о лице, названном в книге; точное содержание термина). Если конспектируется текст внушительного объема, необходимо указывать страницы книги, которые охватывает та или иная часть конспекта.

Для удобства пользования своими записями важно озаглавить крупные части конспекта, подчеркивая **заголовки**. Следует помнить о назначении красной строки, стремиться к четкой графике записей - уступами, колонками. Излагать главные мысли автора и их систему аргументов - необходимо преимущественно своими словами, перерабатывая таким образом информацию, – так проходит уяснение ее сути. Мысль, фразы, понятия в контексте, могут приобрести более пространное изложение в записи. Но текст оригинала свертывается, и студент, отрабатывая логическое мышление, учиться выделять главное и обобщать однотипные суждения, однородные факты. Кроме того, делая записи своими словами, обобщая, студент учится письменной речи.

Знание общей стратегии чтения, техники составления плана и тезисов определяет и технологию конспектирования

– Внимательно читать текст, попутно отмечая непонятные места, незнакомые термины и понятия. **Выписывать на поля** значение отмеченных понятий.

– При первом чтении текста необходимо составить его **простой план**, последовательный перечень основных мыслей автора.

– При повторном чтении текста выделять **систему доказательств** основных положений работы автора.

– Заключительный этап работы с текстом состоит в осмыслении ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.

– При конспектировании нужно стремиться **выразить мысль автора своими словами**, это помогает более глубокому усвоению текста.

– В рамках работы над первоисточником важен умелый **отбор цитат**. Необходимо учитывать, насколько ярко, оригинально, сжато изложена мысль. Цитировать необходимо те

суждения, на которые впоследствии возможна ссылка как на авторитетное изложение мнения, вывода по тому или иному вопросу.

Конспектировать целесообразно не на отдельном листе, а в общей тетради на одной странице листа. Обратная сторона листа может быть использована для дополнений, необходимость которых выяснится в дальнейшем. При конспектировании литературы следует оставить широкие поля, чтобы записать на них план конспекта. Поля могут быть использованы также для записи своих замечаний, дополнений, вопросов. При выступлении на семинаре студент может пользоваться своим конспектом для цитирования первоисточника. Все участники занятия внимательно слушают выступления товарищей по группе, отмечают спорные или ошибочные положения в них, вносят поправки, представляют свои решения и обоснования обсуждаемых проблем.

В конце семинара, когда преподаватель занятия подводит итоги, студенты с учетом рекомендаций преподавателя и выступлений сокурсников, дополняют или исправляют свои конспекты.

Рекомендации для подготовки к экзамену

При подготовке к экзамену студент внимательно просматривает вопросы, предусмотренные рабочей программой, и знакомится с рекомендованной основной литературой. Основой для сдачи экзамена студентом является изучение конспектов лекций, прослушанных в течение семестра, информация, полученная в результате самостоятельной работы в течение семестра.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

7.1. Основная литература

1. Попов А.М. Информационные технологии (Информатика) и математика. Юнити,2012. <http://www.iprbookshop.ru/7039.html>
2. Б. Я. Советов, В. В. Цехановский, В. Д. Чертовской. Базы данных: теория и практика: Учебник для вузов.М.: Высшая школа,2016. <http://bibli-online.ru/book/149B6F94-C061-4060-B255-E2DC8450CB08>
3. Волков В. Б., Макарова Н. В. Информационные технологии (Цифровое общество и цифровое государство в новую технологическую эпоху, управление цифровой репутацией): Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. 1 издание, 2011 год, 576 стр., 1 ISBN 978-5-496-00001-7 // Издательский дом Питер. <http://www.piter.com/book.phtml?978549600001>

7.2. Дополнительная литература

1. Изюмов А.А., Коцубинский В.П. Компьютерные технологии в науке и образовании: Учебное пособие. Томск: Эль Контент,2012. <http://www.iprbookshop.ru/13885.html>
2. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации: Возникновение "Четвертой волны".Москва: Дашков и К °,2015. <http://www.iprbookshop.ru/14043.html>
3. Мартемьянов Ю.Ф. Операционные системы. Концепции построения и обеспечения безопасности. Телеком,2011. <http://www.iprbookshop.ru/12009.html>
4. Игнаси Белда. Разум, машины и математика. URL: <https://knigism.com/view/76111>
5. Пауэлл Д. Современные проблемы влияния развития научнотехнического прогресса на занятость населения // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. № 2(22). С. 173–178. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-vliya-niya-razvitiya-nauchno-tehnicheskogo-progressa-na-zanyatost-naseleni-ya>
6. Граф Х. Создание веб-сайтов в с помощью Joomla 1.5. Packt, 2010
7. Индикаторы информационного общества: статистический сборник. М., Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2011.
8. Lev Manovich Software Takes Command (International Texts in Critical Media Aesthetics), 2013
9. Erik Qualman, What Happens in Vegas Stays on YouTube, Cambridge, MA, 2014

10. Скинер К. Цифровой человек. Четвертая революция в истории человечества, которая затронет каждого. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 304 с.
11. Welsh-language Technology and Digital Media Action Plan. Cardiff: Llywodraeth Cymru Welsh Government, 2013.
12. Erik Qualman, What Happens in Vegas Stays on YouTube, Cambridge, MA, 2014
13. Траут Д., Ривкин С., Дифференцируйся или умирай! – СПб.: Питер, 2018 - 368 с.
14. Бондаренко В.М. Прогнозирование будущего сквозь призму новой методологии познания или прогнозировать будущее можно только из будущего! Глава 6 в книге Прогнозирование будущего: новая парадигма». Фетисов Г.Г., Бондаренко В.М. (ред.) / М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. С. 220-270
15. Бондаренко В.М. Мировоззренческий подход к формированию, развитию и реализации «Цифровой экономики» // Современные ИТ и ИТ-образование, - 2017, - № 1, - С.237-251.
16. Скинер К. Цифровой человек. Четвертая революция в истории человечества, которая затронет каждого. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 304 с.
17. Шваб К. Четвертая промышленная революция. – М.: «Эксмо», 2016 — (Top Business Awards) – 138 с.
18. Линн Л., Ситкинс П. Личный бренд. Позаботьтесь о вашей репутации прежде, чем это сделают другие. – М.: Азбука-Бизнес, 2014. – 224 с.

7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Конституция Российской Федерации.
 2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации.
 3. Федеральный закон Российской Федерации «Об информации, информационных технологиях и защите информации» №149-ФЗ от 27 июля 2006 года.
 4. Федеральный закон от 4 июля 1996 г. «Об участии в международном информационном обмене».
 5. ГОСТ 34.601-90. Информационная технология. Комплекс стандартов на автоматизированные системы. Автоматизированные системы. Стадии создания.
 6. ГОСТ Р ИСО/МЭК 12207. Процессы жизненного цикла программных средств.
 7. Типовой кодекс этики и служебного поведения государственных служащих российской федерации и муниципальных служащих. (Одобен решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по противодействию коррупции от 23 декабря 2010 г. (протокол N 21).
 17. Указ Президента РФ от 12.08.2002 N 885 (ред. от 16.07.2009) "Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих».

7.4. Интернет-ресурсы, справочные системы.

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

7.5. Иные источники

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhighs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;
- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);
- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Научная электронная библиотека eLIBRARY» и др.

Для проведения лекционных, семинарских занятий групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы по дисциплине необходимо следующее

материально-техническое обеспечение:

- программы, обеспечивающие навигацию в сети Интернет: «Google chrome»;
- программы, демонстрации видео материалов: проигрыватель «Windows Media»;
- программы для демонстрации и создания презентаций: «Microsoft Power Point».

Все виды занятий, контроль и самостоятельная работа проводятся с использованием ДОТ. Лекционные материалы, практические задания, материалы для самостоятельной работы, средства текущего контроля и промежуточной аттестации размещены в СДО: <https://lms.ranepa.ru>

Информационные справочные системы:

1. Информационно-правовой портал «Консультант плюс» (правовая база данных). [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Информационно-правовой портал «Гарант» (правовая база данных). [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.garant.ru/>
3. Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>;
4. Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>;
5. Национальная электронная библиотека. URL: <http://rusneb.ru>;
6. Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru;
7. Российская национальная библиотека. URL: <http://nlr.ru/>;
8. Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>;
9. Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>;
10. Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>;
11. Электронно-библиотечная система IPRbooks. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>.

Для работы в СДО РАНХиГС необходимо следующее

1. Авторизоваться на сайте СДО <https://lms.ranepa.ru>

(Авторизацию нужно провести с использованием СВОЕЙ учетной записи РАНХиГС. В качестве логина используется префикс корпоративной электронной почты);

2. По электронной почте Вы получите информацию о предоставлении доступа к курсу в системе дистанционного обучения РАНХиГС.

(Для просмотра содержимого курса, доступ к которому Вам предоставлен, достаточно:

- *перейти на сайт <https://lms.ranepa.ru>;*
- *авторизоваться, используя данные своей учетной записи; выбрать курс, кликнув на его название).*

Обеспечивается возможность беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория располагается на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов с разными видами ограничений здоровья:

- с нарушениями зрения:

Принтер Брайля *braille embosser everest-dv4*

Электронный ручной видеувелечитель САНЭД

- с нарушениями слуха:

средства беспроводной передачи звука (FM-системы);

акустический усилитель и колонки;

тифлофлешплееры, радиоклассы.

- с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

передвижные, регулируемые эргономические парты с источником питания для индивидуальных технических средств;

компьютерная техника со специальным программным обеспечением;

альтернативные устройства ввода информации;

других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося инвалида или обучающегося с ограниченными возможностями здоровья обеспечен предоставлением ему не менее чем одного учебного, методического печатного и/или электронного издания по адаптационной дисциплине (включая электронные базы периодических изданий), в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для обучающихся с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;
- в печатной форме шрифтом Брайля.

Для обучающихся с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

Содержание адаптационной дисциплины размещено на сайте информационно-коммуникационной сети Интернет: Ссылка: <http://vlgr.ranepa.ru/sveden/education/> ...

Информационные средства обучения, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся:

электронные учебники, учебные фильмы по тематике дисциплины, презентации, интерактивные учебные и наглядные пособия, технические средства предъявления информации (мультимедийный комплекс) и контроля знаний (тестовые системы).

ЭБС «Айбукс», Информационно-правовые базы данных («Консультант Плюс», «Гарант»).
Мультимедийный комплекс в лекционной аудитории.

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Волгоградский институт управления - филиал РАНХиГС

Факультет государственного и муниципального управления

Кафедра государственного управления и менеджмента

УТВЕРЖДЕНА

учёным советом

Волгоградского института управления –
филиала РАНХиГС

Протокол № 2 от 23.09.2022 г.

АДАптированная программа бакалавриата
Стратегическое и операционное управление персоналом организации

(наименование образовательной программы)

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся

Б1.В.ДВ.12.02 «ЦИФРОВОЕ ОБЩЕСТВО И УПРАВЛЕНИЕ ЦИФРОВОЙ РЕПУТАЦИЕЙ»

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

38.03.03 «Управление персоналом» (уровень бакалавриата)

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Очная

форма(ы) обучения

Год набора – 2023

Волгоград 2022 г.

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

Вопросы к экзамену:

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Общий обзор методов и технологий искусственного интеллекта.
2. машинное обучение, гибридная парадигма построения искусственных интеллектуальных систем.
3. использование искусственного интеллекта сегодня, его применение в различных сферах жизни, мифы и факты об искусственном интеллекте.
4. Цифровая экономика и современные технологические тренды
5. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки
6. Цифровая экономика: обзор базовых понятий, концепций, ключевые составляющие цифровой экономики, ее важность для РФ. Способы реализации. Основные технологии.
7. Основные цифровые платформы, роль государства: трансформация продаж и услуг в цифровых платформах. Технология 5G: особенности и преимущества использования.
8. Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили
9. Технологическое лидерство, цифровизация экономики, основные платформы.
10. Большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект.
11. Системы распределенного реестра, квантовые технологии.
12. Промышленный интернет вещей, компоненты робототехники и сенсорики. Технологии виртуальной и дополнительной реальностей.
13. Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности
14. Стандарты в области информационной безопасности.
15. Триада информационной безопасности.
16. Риски информационной безопасности.
17. Развитие систем информационной безопасности. Технические средства защиты.
18. Системы защиты облачных сервисов и электронной почты. Защита дополнительных корпоративных сервисов.
19. Средства защиты системы контроля доступа пользователя. Системы контроля доступа устройств к сети.
20. Репутационные сервисы и SIEM-системы. IT-активы, управление паролями. Рекомендации по личной безопасности в интернете.
21. Понятие цифровой репутации, управление цифровой репутацией
22. Правила создания цифровой репутации, выполнение практических заданий по формированию цифровой репутации.
23. Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций
24. Экономические процессы, сопровождающие первую и вторую квантовые революции.
25. Понятия волновой и квантовой оптики. Квантовая криптография
26. Особенности реализации квантового компьютера. Использование квантовой криптографии в цифровой экономике.
27. Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты).
28. Понятие блокчейна, их разновидность. Устройство, формирование, реализация технологии блокчейна. Криптовалюта как основное применение блокчейна.
29. Обзор Топ-5 криптовалют по капитализации. Смарт-

контракты. Где можно использовать блокчейн уже сегодня.

30. Виртуальная и дополненная реальность. Обзор возможностей и различий AR и VR-технологий.

31. Использование VR- технологий. Кейсы с использованием AR-технологии.

32. Как создаются VR и AR-проекты. Способы дистрибуции проектов и перспективы развития технологий.

33. Гибкие методологии управления проектами

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

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

36. Мобильные приложения. Проектирование интерфейсов мобильных приложений. Разработка мобильных приложений.

37. Монетизация и мобильная аналитика. Продвижение мобильных приложений.

38. Что такое цифровая репутация. Понятие «репутация». Репутация человека и репутация объекта или профессии. Кто создает репутацию.

39. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация. Сетевой этикет.

40. Определение цифровой репутации. Рекомендации по выполнению практического задания по заполнению первого раздела «Карты цифровой репутации».

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

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

43. Целевая аудитория в сети

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

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

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

47. Косвенный путь – как управлять «чужой» сетевой аудиторией.

48. Рекомендации по выполнению практического задания – заполняем финальный раздел Карты цифровой репутации.

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

50. Определение репутационного капитала, его роль в современной экономике. Шеринг- экономика и взаимосвязь цифровой репутации и успеха в бизнесе.
51. Цифровые портреты как инструмент подбора кадров. Как формируются цифровые портреты. Цифровые портреты как основа социальных рейтингов государства.
52. Алгоритм управления цифровой репутацией основан на четырех основных этапах: мониторинг, работа с негативом и работа с позитивом, SERM.
53. Организация мониторинга – ручного или автоматизированного в соответствии с целями и задачами управления ЦР. Работа с негативом. Две основные тактики – удаление и выдавливание при управлении информацией на собственных сетевых площадках.
54. Работа с негативом на «чужих» сетевых площадках предполагает большее разнообразие тактических приемов. Боты и проблемы с их распознаванием.
55. Тактики работы с позитивом: создание уникального контента, размещение контента в Сети, расширение сетевой целевой аудитории.
56. Основные трудности работы с контентом. Управление репутацией в поисковой выдаче.
57. Оценка результатов SERM, острова контента, заказ контекстной рекламы. Нужны ли вам услуги SERM-специалистов – критерии оценки.
58. Брендинг как отдельный этап стратегии управления цифровой репутацией. Эмоциональный портрет собственного цифрового двойника на основе сторителлинга.
59. Понимание критериев оценки тех или иных видов работ, связанных с репутацией. На каждом этапе у вас должно сложиться понимание – сколько времени занимает тот или иной вид работы, как оценивается эффективность выполнения, какие результаты должны быть получены, сколько специалистов примерно надо привлечь к выполнению конкретно ваших целей. Рекомендации по выполнению практического задания к разделу –«Стратегия управления цифровой репутацией».
60. Стратегия управления цифровой репутацией.
61. Нормативное регулирование деятельности госслужащих в сети. Обзор законодательства.
62. Ответственность за утаивание сведений об активности в сети. Рекомендации по поведению в сети.
63. Правила поведения в сети, включая личные страницы. Что значит управлять репутацией в сети.
64. Как работать с системой мониторинга. Как разработать стратегию управления цифровой репутацией. Как поставить KPI для оценки эффективности работы с цифровой репутацией. Что делать с конфликтами в сети. Что делать, если я хочу узнать больше.
65. Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих.
66. Виды сетевых конфликтов. Конфликты прямого и косвенного участия. В чем отличия. Рекомендации по выполнению практического задания «Кейс: Косметический бренд Lime Stone». Рекомендации по решению конфликта в Сети прямого участия. Что делать нельзя, что желательно, что рекомендуется. Рекомендации по выполнению практического задания на примере кейса «Увольнение Галины Паниной».
67. Рекомендации по решению конфликта в Сети косвенного участия.

68. Различные тактики реагирования во взаимосвязи с поставленными целями управления ЦР. ЦР для вас резюме или капитал.
69. Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети. Рекомендации по выполнению практического задания «Личный опыт сетевого конфликта».
70. Кибербуллинг как новое явление Интернет-пространства: причины. Понятие. Темпы распространения.
71. Последствия для жертвы. Методы предупреждения/борьбы. Почему нельзя участвовать, как это отражается на цифровой репутации.

ТЕСТОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Управление цифровой репутацией – это значит:

- А. работать с отзывами о бизнесе или персоне
- Б. отслеживать и убирать из Сети негатив
- В. вести активную рекламу бизнеса или персоны в Сети
- Г. работать над формированием узнаваемого сетевого образа бизнеса или персоны

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

- А. Верно
- Б. Неверно

21. Влияет ли цифровая репутация напрямую на прибыль бизнеса?

- А. Да
- Б. Нет
- В. Да, но при условии, что бизнес связан с онлайн-продажами
- Г. Нет, прибыль зависит прежде всего от качества товаров\услуг

22. Как можно оценить цифровую репутацию бизнеса или персоны?

- А. Ввести название компании или персоны в поисковую строку и посмотреть, есть ли в результатах выдачи негатив
- Б. Заказать у специалистов аналитику упоминаний компании или персоны в Сети
- В. Использовать автоматические системы мониторинга, такие как система «Медialogия»
- Г. Провести опрос в соцсетях

23. В чем отличие OMR от SERM?

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

24. Как используется цифровая репутация бизнеса или персоны?

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

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

А. верно.

Б. Неверно

26. Сколько времени занимает создание цифровой репутации с нуля?

А. от пары дней до пары месяцев в зависимости от того, как быстро будут готовы ваши собственные сетевые площадки в Сети

Б. минимум один год, необходимый для запуска и проведения эффективных рекламных кампаний в Сети по продвижению бизнеса или персоны

В. два-три года, чтобы у целевой аудитории сформировался хорошо узнаваемый позитивный сетевой образ бизнеса или персоны

Г. чем больше денег выделяется на рекламу в Сети, тем быстрее формируется цифровая репутация

27. Можно ли удалить негатив из Сети?

А. Можно, если докажете, что информация не соответствует действительности

Б. Можно попытаться, но надо иметь в виду, что Сеть помнит все

В. Полностью удалить нельзя, но можно скрыть

Г. Верно все вышеперечисленное

28. Что такое «Эффект Стрейзанд»?

А. Чем активнее пользователь пытается удалить информацию, тем большее распространение она получает в Сети

Б. Все фотографии знаменитостей, загруженные в Сеть, можно свободно использовать для собственных нужд

В. Нельзя загружать в Сеть фотографии домов без согласия их собственников

Г. Чем выше иск за моральный ущерб за несогласованное размещение личной информации в Сети, тем выше популярность этой информации

29. Сколько времени требуется, чтобы отработать негатив с упоминанием бизнеса или персоны?

А. 2–3 месяца

Б. зависит от количества негатива, который требуется нивелировать В. 1–2 месяца

Г. 3–6 месяцев

Д. 2-3 дня, дальше работать не имеет смысла, негатив уже закрепился в связке с упоминанием персоны или бизнеса

30. Первый шаг при разработке стратегии управления репутацией – это...

- А. Мониторинг
- Б. Покупка отзывов
- В. Запуск рекламы
- Г. Создание бренда бизнеса или персоны

31. Большинство пользователей просматривают в результатах поисковой выдачи:

- А. не дальше первых трех страниц (первые 30 результатов)
- Б. не дальше первых двух страниц (первые 20 результатов)
- В. не дальше первой страницы (первые 10 результатов)
- Г. пока не найдут то, что ищут

32. В каких социальных сетях необходимо завести площадку для эффективного управления цифровой репутацией бизнеса или персоны в России?

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

33. Что такое целевая аудитория в Сети?

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

34. Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?

- А. меньше 50 пользователей
- Б. больше тысячи пользователей
- В. больше нескольких тысяч пользователей
- Д. 92,8 миллионов пользователей Рунета
- Г. 4,5 миллиарда пользователей Сети

35. Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:

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

36. Как распознать, что против бизнеса или персоны началась информационная атака?

- А. на ваших площадках стали появляться негативные отзывы
- Б. количество негатива в регулярных мониторингах упоминания вашего бизнеса или персоны превышает среднестатистические показатели на 15-20%

В. в течение пары часов на различных сетевых площадках появилось несколько десятков негативных упоминаний вашего бизнеса или персоны

Г. произошел резкий отток подписчиков и друзей с ваших сетевых площадок

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ:

1. Как можно объективно убедиться в эффективности работы средства защиты? **РАСКРОЙТЕ СПОСОБЫ И МЕХАНИЗМЫ ПРИ ВАРИАНТАХ:** Проверить самостоятельно, Проверить у специалистов, Посмотреть отчет независимой испытательной лаборатории ИЛИ Проверить наличие сертификата РСТ
2. Какие инструменты для повышения безопасности паролей рекомендуется использовать?
3. **ОПИШИТЕ ОСОБЕННОСТИ СИТЕМЫ Канбан И УСЛОВИЯ ЕГО изобретения:**

4. **ОПИШИТЕ ЗНАЧЕНИЕ И ПОНЯТИЕ** принципа итеративности, **УКАЖИТЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, В СЛУЧАЕ ЕСЛИ,**

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

5. **ДАЙТЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ** «Парное программирование» — это , **ИСПОЛЬЗУЯ СЛЕДУЮЩИЕ ФОРМУЛИРОВКИ:**

Программисты соревнуются друг с другом в скорости выполнения задачи

Два программиста вместе создают код на одном общем рабочем месте

Один программист заменяет другого при необходимости

Программисты совершают одинаковые действия на разных рабочих местах

6. Какие категории нарушителей наиболее актуальны при подключении домашнего компьютера проводом к сети Интернет через маршрутизатор провайдера?
7. Насколько быстро возможно взломать незащищенную и подключенную напрямую к сети Интернет информационную систему?
8. Как называется процедура проверки подлинности?
9. Назовите основополагающие элементы в структуре Scrum:
10. **УКАЖИТЕ** цели экстремального программирования:

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Определите систему управления цифровой репутацией в организации

Успешный вариант конверсии и вхождения в рынок крупного предприятия продемонстрировал воронежский концерн «Энергия». За 6 лет он удвоил выпуск продукции, утроил объемы научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, в четыре с лишним раза увеличил производство товаров народного потребления. Концерну удалось сохранить темпы жилищного и социального строительства, своими силами построить кирпичный завод. И все это при неизменной численности работающих. В «Энергии» задумались над неизбежностью конверсии раньше других, и, пользуясь льготами, положенными «чистым» оборонщикам, коллектив концерна был вынужден постоянно решать проблему выживания. Годы ушли на разработку и реализацию комплексной программы, в основу которой были положены известные направления мировой экономической науки — «теория успеха» и «управление на спаде». Первым серьезным шагом в реорганизации концерна стало формирование научно- производственных комплексов (НПК). Для промышленности России НПК на базе конструкторских отделов и производственных цехов — не

новинка. Но в «Энергии» довели эту идею до логического завершения, объединив научные, производственные и экономические интересы. НПК занялись маркетингом: изучением спроса, разработкой, производством и сбытом продукции. В концерне было создано 20 НПК. На них легла основная тяжесть перехода с военной продукции на мирную, и они справились с этой задачей. В 1989 г. концерн выступил инициатором создания и учредителем 10 коммерческого банка «Энергия». Открытие банка решило проблему финансовой самостоятельности подразделений концерна. Работники концерна стали получать зарплату через свой банк, а это позволило внедрить систему самокредитования. Ведь далеко не все работники берут зарплату со своих счетов полностью и невостребованные суммы можно пустить в оборот. Поэтому резко (в 5 раз) сократился удельный вес кредитов Госбанка. Концерн «Энергия» отказался от традиционной «вертикальной» (линейно- функциональной) системы командования производством. Сейчас в нем более 100 экономически и юридически самостоятельных предприятий с различной численностью работников при разнообразных формах собственности. В целом «Энергия» — это акционерное общество закрытого типа. Более 80% работников стали совладельцами собственности, выкупив акции. Идеология фирмы, принятая в «Энергии», — семья — гарантирует всем ее работникам постоянную работу, но не постоянное место работы, которое может меняться в зависимости от экономической целесообразности.

Вопросы для обсуждения ситуации

1. Какие внутренние переменные организации описаны в ситуации?
2. Как изменились внутренние переменные под влиянием внешних факторов?
3. Какие социальные ценности характеризуют руководителей концерна «Энергия»? Можно ли это назвать частью организационной культуры концерна?