

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

Факультет «Экономика и управление»

Кафедра «Высшая математика и информатика»

**УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
доцент Г.А. Бекаров**



« 27 » мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.01 Теория сетевой экономики

Направление подготовки **38.04.06 Торговое дело**

Направленность (профиль) **Коммерческая деятельность на рынке
товаров и услуг**

Квалификация выпускника - **магистр**

Курс обучения: **2(2)**

Семестр: **3(3)**

Форма обучения: **очная (заочная)**

Нальчик 2025

Рабочая программа дисциплины **Б1.В.ДВ.01.01 Теория сетевой экономики** составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки **38.04.06 Торговое дело**, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. N 982 (далее – ФГОС ВО) и рабочего учебного плана подготовки магистрантов по данному направлению.

Составитель рабочей программы

к.ф.-м.н., доцент  Р.М. Бисчоков

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Высшая математика и информатика»

Протокол от «22 » мая 2025 №10


Заведующий кафедрой,

к.ф.-м.н., доцент  Н.И. Литовка

Одобрено методической комиссией факультета экономики и управления

Протокол от «23» мая 2023 №9

Председатель МК факультета «Экономика и управление»

к.э.н., доцент  Г.А. Бекаров

Согласовано:

Директор научной библиотеки  И.А. Шогенова

« 22 » мая 2025

1. Цели и задачи дисциплины

Целями дисциплины при подготовке будущего магистра в области торгового дела являются подготовка выпускников к:

- междисциплинарным научным исследованиям для решения задач связанных с разработкой инновационных методов моделирования и оценки конъюнктуры рынков, бизнес-технологий в сфере маркетинга и коммерции;
- к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности;
- организационно-управленческой деятельности при реализации инновационных бизнес-проектов, разработки стратегий и тактик предприятий и принятии решений в области маркетинга или коммерции;
- самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию.

Основными задачами изучения дисциплины являются приобретение прочных знаний и практических навыков в области, определяемой целями курса.

В результате изучения курса должны сформироваться навыки работы с расширенными возможностями современных пакетов прикладных программ компьютеризированного офиса и системы бизнес-планирования Project Expert, и умение применять полученные знания на практике.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компет енций	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК 2	Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)	ИД-1ПК-2 Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности	Знать критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности Уметь: Применять критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности Владеть навыками: обоснования критериев эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности, применения теоретических знаний
		ИД-2ПК-2 Производит расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности	Знать основные методы расчетов по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности Уметь: Производить расчеты по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности Владеть навыками: расчетов по обоснованию эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Теория сетевой экономики» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)» по выбору 1, включенных в учебный план направления подготовки 38.04.06 «Торговое дело», направленность (профиль) **Коммерческая деятельность на рынке товаров и услуг.**

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и на самостоятельную работу обучающихся

Учебные занятия	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
	семестр	семестр
	3	3
	З.е., часов	З.е., часов
1. Контактная работа з.е./час, в том числе (час):	1,03/37	0,39/14
лекции	16(4)*	6(2)*
практические занятия	16(4)*	6(2)*
групповые консультации	1	1
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия	3	-
промежуточная аттестация: экзамен	1	1
2. Самостоятельная работа з.е./час, в том числе (час):	1,97/71	2,61/94
самостоятельное изучение отдельных тем модуля	66	89
подготовка к практическим занятиям		
подготовка к промежуточной аттестации	5	5
Общая трудоемкость з.е./час	108/3	108/3

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.1 Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества часов и видов учебных занятий (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Аудиторные занятия		Самостоят. работа
		Лекции	Практич. занятия	Самост. изуч. отдельных тем
1.	Предмет и объект сетевой экономики. Место и особенности сетевой экономики. Интернет инновации и их воздействие на экономику.	2	2	15
2.	Построение виртуального пространства. Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономических системах	6(2)*	6(2)*	20
3.	Методы агентного моделирования. Теоретическая модель онлайн-общества	4(2)*	4(2)*	16
4.	Сетевая инфраструктура онлайн-обществ. Статистическая база для исследования онлайн-обществ.	4	4	15
Итого по дисциплине		16(4)*	16(4)*	66

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах

4.2. Содержания дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий (заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Аудиторные занятия	Самостоят. работа
-------	----------------------------------	--------------------	-------------------

		Лекции	Практич занятия	Самост. изуч. отдельных тем
1.	Предмет и объект сетевой экономики. Место и особенности сетевой экономики. Интернет инновации и их воздействие на экономику.	-	-	23
2.	Построение виртуального пространства. Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономических системах	2(2)*	2	22
3.	Методы агентного моделирования. Теоретическая модель онлайн-общества	2	2(2)*	22
4.	Сетевая инфраструктура онлайн-обществ. Статистическая база для исследования онлайн-обществ.	2-	2	22
Итого по дисциплине		6(2)*	6(2)*	89

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах

4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)

4.3.1. Лекции

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Номер, тема и содержание лекции	Трудоемкость час.	
			очно	заочно
1.	Предмет и объект сетевой экономики. Место и особенности сетевой экономики. Интернет инновации и их воздействие на экономику	ЛЕКЦИЯ №1. Тема: «Предмет и объект сетевой экономики». Описание предмета и объекта сетевой экономики. Примеры Интернет инноваций и их воздействие на экономику. Деятельность современного руководителя.	2	
2.	Построение виртуального пространства. Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономических системах	ЛЕКЦИЯ №2. Тема: «Построение виртуального пространства». Институциональные рамки для взаимодействий в экономике. Краткий обзор моделей взаимодействия в экономике.	2	1
		ЛЕКЦИЯ №3-4. Тема: «Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономических системах». Общая картина информационных взаимодействий. Теоретические пределы прямых информационных взаимодействий. Пространственные границы информационных взаимодействий. Схема прямых информационных взаимодействий.	4(2)*	1
3.	Методы агентного моделирования. Теоретическая модель онлайн-общества	ЛЕКЦИЯ №5-6. Тема: «Методы агентного моделирования. Теоретическая модель онлайн-общества». Методика агентного моделирования для социально-экономических систем. Инструментарий компьютерного моделирования. Модель информационных взаимодействий на базе технологии активных объектов (ТАО).	4(2)*	2(2)*

4.	Сетевая инфраструктура онлайн-сообществ. Статистическая база для исследования онлайн-сообществ.	ЛЕКЦИЯ №7-8. Тема: «Сетевая инфраструктура онлайн-сообществ. Статистическая база для исследования онлайн-сообществ». Среда жизнедеятельности и-роботов. Подсистема технологических связей. Подсистема правил поведения. Коллективная модель среды. Схема и-робота. Структура среды жизнедеятельности и-роботов	4	2
Итого за 1 семестр			16(4)*	6(2)*

4.3.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Номер и тема практического занятия	Трудоемкость час.	
			очно	заочно
1.	Предмет и объект сетевой экономики. Место и особенности сетевой экономики. Интернет инновации и их воздействие на экономику	Практическое занятие №1. Понятие реального и виртуального делового мира:.	2	
2.	Построение виртуального пространства. Теория информационных взаимодействий в современных социально- экономических системах	Практическое занятие №2. Классы технологий, способы комбинации различных типов технологических систем. Новые возможностях организации в виртуальном мире и формах ее воплощения.	2	
		Практическое занятие №3. Модели взаимодействия в экономике.	2(2)*	1
		Практическое занятие №4. теоретические пределы прямых информационных взаимодействий; пространственные границы информационных взаимодействий; схему прямых информационных взаимодействий.	2	1
3.	Методы агентного моделирования. Теоретическая модель онлайн-ового сообщества	Практическое занятие №5. Методики агентного моделирования для социально-экономических систем	2(2)*	1(1)*
		Практическое занятие №6. Модели информационных взаимодействий на базе технологии активных объектов (ТАО)..	2	1(1)*
4.	Сетевая инфраструктура онлайн-овых сообществ. Статистическая база для исследования онлайн-овых сообществ.	Практическое занятие №7. Среда жизнедеятельности IT-роботов. Подсистема технологических связей. Подсистема правил поведения. Коллективная модель среды.	2	1
		Практическое занятие №8. Схема IT-робота. знание общих характеристик информационной активности предпринимателей. Товарные и региональные характеристики информационной активности предпринимателей. Временные характеристики информационной активности предпринимателей. Знание пропорций между «старыми» и «новыми» организациями. Полный период активности организаций, период полуволены активности и пр.	2	1
Итого за 1 семестр			16(4)*	6(2)*

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

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

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Теория сетевой экономики» в научной библиотеке университета имеется достаточное количество учебников и учебных пособий.

На самостоятельную работу при изучении данной дисциплины отводится по очной (заочной) формам обучения соответственно 71 (94) часа, из них 66(89) часа выделяется на самостоятельное изучение отдельных тем и вопросов. При самостоятельном изучении отдельных вопросов и тем основными видами самостоятельной работы обучающихся являются: проработка учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы и информационно-образовательных ресурсов, конспектирование материалов, подготовка к выполнению практических заданий, к опросу, тестированию, к контрольным балльно-рейтинговым мероприятиям, подготовка к промежуточной аттестации.

На очной форме обучения контроль самостоятельной работы, чаще всего осуществляется перед началом чтения лекции, выполнения практических заданий, во время проведения балльно-рейтинговых контрольных мероприятий и промежуточной аттестации. На заочной форме обучения, контроль самостоятельной работы осуществляется только во время промежуточной аттестации.

Объем часов выделяемых для подготовки к промежуточной аттестации (5 ч. по очной форме и 5 ч. по заочной форме обучения), используется для самостоятельной подготовки обучающихся к зачету. Данный этап является завершающим при изучении дисциплины и контроль самостоятельной работы осуществляется на промежуточной аттестации.

№№ разде лов	Тема и вопросы самостоятельной работы	Объем часов очно (заочно)	Перечень учебно- методического обеспечения	Форма самостоятельной работы и контроля
1	Предмет и объект сетевой экономики. Место и особенности сетевой экономики. Интернет инновации и их воздействие на экономику	15(23)	[2], [5], [7], [8]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям. Ответ во время зачета
2	Построение виртуального пространства. Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономи-ческих системах	20(22)	[1], [2], [5], [9]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям. Ответ во время зачета
3	Методы агентного моделирования. Теоретическая модель онлайн-общества	16(22)	[2], [5], [6], [8]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям. Ответ во время зачета
4.	Сетевая инфраструктура онлайн-обществ. Статистическая база для исследования онлайн-обществ	15(22)	[1] [3], [4], [7], [8]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям. Ответ во время зачета
	Подготовка к промежуточной аттестации	5(5)		
Итого:		71 (94)		

6. Фонд оценочных средств, для проведения текущего и промежуточного контроля обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

№ модуля	Структурированные модули	Коды формируемых компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины
1	Предмет и объект сетевой экономики. Место и особенности сетевой экономики. Интернет инновации и их воздействие на экономику	ПК-2	1-ый рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия, коллоквиумы, контрольные работы, тесты)
	Построение виртуального пространства. Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономических системах		
2	Методы агентного моделирования. Теоретическая модель онлайн-общества	ПК-2	2-ый рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия коллоквиумы, контрольные работы, тесты)
3.	Сетевая инфраструктура онлайн-обществ. Статистическая база для исследования онлайн-обществ	ПК-2	3-ый рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия, коллоквиумы, контрольные работы, тесты)

6.2. Показатели и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

Текущий контроль - это непрерывное отслеживание освоения индикаторов достижения профессиональной компетенции **ПК-2** по дисциплине.

Промежуточный контроль проводится с целью оценки усвоения магистрантами материала крупного модуля или раздела учебной дисциплины. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия, согласно календарного учебного графика.

Оценка знаний магистрантов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки (текущего контроля) за работу в семестре (оценки за выполнение контрольных заданий, за активную работу на практических занятиях, за активное участие в опросе магистрантов перед началом лекции или в конце ее);
- оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях (ответы на тесты, на контрольные вопросы).

Для определения оценки за работу в семестре и оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях содержательная часть рабочей программы четко структурируется на содержательные модули из которых формируется три блока (модуля), с периодами изучения равными периодам проведения рейтинг-контроля.

Таким образом, устанавливается объем дисциплины, подлежащей оценке качества усвоения в рамках блоков. При этом каждая контрольная точка оценивается в 20 баллов, из которых на долю текущего контроля приходится 10 баллов, а остальные 10 баллов студент может получить по результатам промежуточного контроля.

Критериями оценки сформированности компетенций являются уровень освоения обучающимися знаний, умений и навыков, которыми они должны обладать при изучении разделов (модулей) дисциплин.

Согласно этим критериям при разработке шкал оценивания автор руководствуется следующим:

15-20 баллов – магистрант получает при **высоком** уровне овладения компетенциями и освоения знаний, умений и теоретического материала без пробелов; выполнении всех заданий, предусмотренных учебным планом на высоком качественном уровне; сформировании практических навыков, профессионального применения освоенных знаний;

Это позволяет получить магистрант у «автоматом» (при 55 и более баллов) или на промежуточной аттестации (при 45 и более баллов) оценку «отлично».

10-14 баллов – магистрант получает при **среднем** уровне овладения компетенциями и освоении знаний, умений и теоретического материала, когда учебные задания не оценены максимальным числом баллов, и в основном сформированы практические навыки.

До 10 баллов – магистрант получает при **пороговом** уровне овладения компетенциями и частично с пробелом освоении знания, умения и теоретического материала, некачественном выполнении учебных заданий, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, в случаях не сформирования некоторых практических навыков.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Рабочей программой дисциплины **Б1.В.ДВ.01.01 «Теория сетевой экономики»** предусмотрено участие дисциплины в формировании следующих компетенций:

ПК-2 Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной)

В процессе освоения образовательной программы по **38.04.06 Торговое дело** компетенция **ПК-2** формируются при изучении дисциплин, прохождении практик и ГИА.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 38.04.06 Торговое дело

Код компетенции	Дисциплины, практики, через которые формируется компетенция (компоненты)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	Б1.О.01 Инновационные маркетинговые коммуникации в сфере потребительского рынка Б1.О.04 Информационные системы и технологии в торговом бизнесе	1
	Б1.О.06 Организация экспертизы потребительских товаров Б1.В.03 Инвестиции на рынке товаров и услуг	2
	Б1.В.ДВ.01.01 Теория сетевой экономики Б1.В.ДВ.01.02 Инновационно-информационные технологии в сфере коммерции	3
	Б2.О.03(Н) Производственная практика, научно-исследовательская работа Б2.О.04(П) Производственная практика, торгово-технологическая Б2.О.05(Пд) Производственная практика, преддипломная Б3.01 Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4

7.2. Описание показателей индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости обучающихся. В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга обучающихся осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Текущий контроль - это непрерывное отслеживание уровня усвоения обучающимися знаний, умений и навыков, а также освоение компетенции.

Промежуточный контроль проводится с целью оценки усвоения обучающимися материала крупного модуля или раздела учебной дисциплины. В течение семестра проводится два-три таких контрольных мероприятий, согласно календарного учебного графика направления подготовки.

Промежуточный контроль – это своего рода микроэкзамен по пройденному материалу учебной дисциплины. Он может проводиться, как в устной, так и в письменной форме, а также в виде тестового контроля.

Промежуточная аттестация - зачет.

При модульной системе основным стимулом к регулярной работе обучающихся является возможность быть освобожденным семестрового экзамена (получить их «автоматом»). Для этого обучающий должен выполнить следующие условия:

- не иметь по промежуточным модулям 0 баллов;
- если обучающий по итогам текущего рейтинга набрал в семестре 49 и более баллов то он получает, «автоматом».

Максимальная сумма баллов, которую обучающий может набрать за семестр по учебной дисциплине составляет 100 баллов, из которых на текущий и промежуточный контроль отводится 60 баллов. Каждая контрольная точка, согласно календарного учебного графика в семестре их 2, оценивается в 30 баллов, из которых 15 приходится на текущий контроль, 15 баллов на промежуточный. Оставшиеся 40 баллов - это сумма баллов, которую обучающий может набрать по результатам промежуточной аттестации (экзамен).

Индикаторы достижения компетенций*

Код и наименование индикатора достижения компетенции, этапы освоения	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		незачет	зачет	зачет	зачет
ИД-1пк-2 Обосновывает критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности	Знать: критерии эффективности и оценки инновационных технологий профессиональной деятельности	Не знает основные критерии эффективности инновационных технологий профессиональной деятельности	Частично с пробелами освоил основные критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности	Практически полностью освоил основные критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности	Полностью освоил основные критерии эффективности оценки инновационных технологий профессиональной деятельности
	Уметь:	не обладает	Частично	Умеет	Умеет в

	ых технологий профессиональной деятельности	профессиональной деятельности	х технологий профессиональной деятельности	ти инновационных технологий профессиональной деятельности	технологий профессиональной деятельности
--	---	-------------------------------	--	---	--

Для допуска к зачету, магистрант должен набрать в ходе текущего и промежуточного контроля не менее **40** баллов. Если эта сумма меньше **30** баллов, то магистрант не допускается к зачету. Если эта сумма больше или равна **30**, то путем дополнительного опроса (собеседование, контрольная работа, тест, реферат) эта сумма может быть повышена до **40** баллов.

На зачете магистрант может получить **20 – 40** баллов. Максимальный балл при каждой повторной пересдаче уменьшается на **10** баллов. Если ответы магистранта оцениваются суммой баллов менее **20**, то ему выставляется **0** баллов. Если по итогам рейтинга магистрант набирает **40-48** баллов, то он допускается к сдаче зачета и остальные **20-40** баллов он получает на зачете.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Шкала оценивания	Критерии оценивания
Высокий уровень (зачтено)	85-100	Заслуживает магистрант, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы..
Средний уровень (зачтено)	70-84	Заслуживает магистрант, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень (зачтено)	60-69	Заслуживает магистрант, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень (незачтено)	0-59	Заслуживает магистрант, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенции ПК-2 в процессе освоения ОПОП

7.3.1. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся по курсу Б1.В.ДВ.01.01 «Теория сетевой экономики»

1.Сетевая экономика - это

- Экономика, осуществляемая с помощью электронных сетей. Основа сетевой экономики - сетевые организации
- Среда, в которой любая компания или индивид, находящиеся в любой точке экономической системы, могут контактировать легко и с минимальными

затратами с любой другой компанией или индивидом по поводу совместной работы, торговли, обмена идеями или ноу-хау, или просто для «удовольствия»

с. все ответы верны

2.Сетевой товар – это товар, обладающий следующими свойствами:

- a. потребительская стоимость возрастает с увеличением объема продаж
- b. цена продажи обеспечивает массовый сбыт
- c. использование сетевого товара предполагает процесс активного взаимодействия его владельца с сетью обслуживания этого товара
- d. однородные сетевые товары должны удовлетворять принципам совместимости (идеальный случай) или дополняемости (как минимум)
- e. все ответы верны

3.Важнейшим свойством сетевого товара является

- a. увеличение его потребительской стоимости с ростом объема продаж
- b. уменьшения его потребительской стоимости с ростом объема продаж
- c. все ответы верны

4.Решающие факторы при совершении покупки через Интернет-магазин:

- a. Удобство выбора
- b. Цена
- c. Удобство и оперативность доставки
- d. Все ответы верны

5.Основные причины банкротства интернет-компаний

- a. Пробел в знаниях и разнообразных особенностях осуществления бизнеса через Интернет
- b. Неквалифицированное проведение расчетов
- c. Незнание покупателей и отсутствие взаимосвязи с ними
- d. Большое количество покупателей

6.Основные причины банкротства интернет-компаний

- a. Недостаток сведения о конкурентах
- b. Недостаток выработки рекламной кампании
- c. Отсутствие практического опыта в Интернет
- d. Все ответы верны

7. Негативные препятствия при совершении покупки:

- a. Трудности навигации
- b. Трудности рассмотрения товара
- c. Трудности в оформлении заказа
- d. ограниченный выбор ассортимента
- e. Большое количество покупателей

8. Положительный опыт при совершении покупки:

- a. удобство
- b. экономия времени
- c. скидки
- d. отсутствие налога с оборота
- e. ограниченный выбор ассортимента

9. Сетевая модель поддерживает следующие виды связей

- a. Один ко одному.
- b. Один ко многим.
- c. Многие ко многим.
- d. Бесконечность ко одному.
- e. Бесконечность к бесконечности.

10. Сетевая модель – это:

- a. Модель сетей.

- b. Модель в виде графа.
 - c. Модель в виде кольца.
- 11. К методам сбора материалов обследования, выполняемого силами проектировщиков-исполнителей, относится:**
- a. документальная инвентаризация
 - b. личное наблюдение
 - c. самофотография рабочего дня
 - d. ведение индивидуальных тетрадей-дневников
- 12. Выбрать оптимальный вариант организации системы Интернет-торговли для небольших и средних проектов.**
- a. аренда витрины в электронном торговом ряду
 - b. разработка на заказ
 - c. аренда магазина
 - d. разработка собственными силами
- 13. Выбрать наиболее оптимальный способ оплаты товаров в Интернет-магазине для тех, кто часто совершает покупки в Интернете.**
- a. оплата наличными курьеру
 - b. наложенный платеж
 - c. банковский перевод
 - d. использование электронных денег
 - e. использование пластиковых карт
- 14. Интернет-магазин нуждается в недорогой рекламе некоторых товарных предложений. С этой целью использует:**
- a. Интернет-витрину
 - b. Промо-сайт
 - c. Электронный торговый ряд
- 15. Интернет-магазин включает следующие основные компоненты:**
- a. интернет-витрину, снабженную виртуальной потребительской корзиной
 - b. базу данных товаров
 - c. систему учета и контроля исполнения заказов
 - d. бэк-офис
 - e. систему приема платежей
- 16. К системам розничной продажи товаров в сети НЕ относятся:**
- a. Интернет-витрины
 - b. Информационный корпоративный портал
 - c. Интернет-магазины
 - d. Интернет-аукционы
- 17. Виртуальное предприятие с распределенным типом управления характеризуется:**
- a. осуществлением управленческих процессов только за счет локальных взаимодействий между участниками
 - b. осуществлением управленческих процессов общим органом управления, принимающим решения в конфликтных ситуациях
 - c. осуществлением управленческих процессов одним из участников
- 18. Под виртуальным рынком понимаются:**
- a. коммуникационные и информационные услуги коммерческого назначения, предлагаемые глобальной сетью
 - b. имитация процессов разработок и производства в информационном пространстве
 - c. информационные услуги коммерческого назначения, предлагаемые глобальной сетью

19. Стратегия, направленная на вытеснение конкурентов и завоевания определенной доли рынка:

- a. «снятия финансовых сливок»
- b. установления цен на уже существующие товары
- c. прочного внедрения

20. К основным принципам функционирования сетевой экономики НЕ относятся:

- a. принцип бесплатности, возрастающего эффекта
- b. принцип экспоненциального развития, переоценки ценностей
- c. принцип полноты, бесплатности
- d. принцип обратного ценообразования, глобализации
- e. принцип взаимодействия спроса и предложения, принцип равновесия
- f. принцип анархии, хаоса

21. Концепция MRP представляет собой...

- a. планирование производственных ресурсов
- b. создание единого хранилища данных, содержащего всю деловую информацию, накопленную организацией в процессе ведения деловых операций
- c. учет затрат предприятия

22. Сетевая экономика - это:

- a. Форма ведения внемагазинной розничной торговли, при которой сбытовые агенты фирмы-производителя устанавливают контакты с потенциальными покупателями
- b. Развивающаяся в рамках общественно-исторической формации на базе сложившихся производительных сил и производственных отношений стратегия и тактика хозяйственной деятельности
- c. Хозяйственная деятельность, осуществляемая с помощью электронных сетей (цифровых телекоммуникаций)
- d. Наука о применении статистических и математических методов в экономическом анализе для проверки правильности экономических теоретических моделей и способов решения экономических проблем

23. Какие из перечисленных услуг можно отнести к собственно интернет-услугам?

- a. Услуги интернет-страхования
- b. Web - сервисы (электронная почта, форумы, чаты и т.д.)
- c. Услуги интернет-образования

24. Оценка посещаемости web-страниц сервера характеризует:

- a. Эффективность использования различных источников привлечения посетителей на сервер
- b. Достижение максимального числа повторных посещений сервера
- c. Популярность страниц сервера
- d. Эффективность каждого рекламного баннера

25. Вертикальная электронная торговая площадка - это:

- a. Торговая площадка в сети Internet, где цены не фиксированы, а устанавливаются во время публичных торгов на основании спроса и предложения
- b. Виртуальное рыночное пространство для предоставления товаров и услуг различных отраслей
- c. Торговая площадка в сети Internet, где цены фиксируются продавцами, большинство продаж осуществляется известными поставщиками и по заранее определенным правилам
- d. Виртуальное рыночное пространство, предназначенное для сделок купли-продажи товаров определенной отраслевой принадлежности

26. Горизонтальная электронная торговая площадка - это:

- a. Торговая площадка в сети Internet, где цены не фиксированы, а устанавливаются во время публичных торгов на основании спроса и предложения

- b. Виртуальное рыночное пространство для предоставления товаров и услуг различных отраслей
- c. Торговая площадка в сети Internet, где цены фиксируются продавцами, большинство продаж осуществляется известными поставщиками и по заранее определенным правилам
- d. Виртуальное рыночное пространство, предназначенное для сделок купли-продажи товаров определенной отраслевой принадлежности

27. Контент отраслевой торговой площадки обычно содержит:

- a. Систему управления логистикой, платежную систему, систему кредитования и страхования сделок
- b. Отраслевой каталог продукции, базу данных предприятий отрасли, стандарт электронного документооборота, аналитические исследования и т.п.
- c. Систему контроля торгов, систему подбора поставщика; оформление, получение и подтверждение заказа на покупку; оформление
- d. Регистрацию, мониторинг деловой активности, организацию рейтингов предприятий данной отрасли, прогнозирование ситуации на рынке

28. Телеработа - это:

- a. Работа на телевидении
- b. Работа, выполняемая с использованием телекоммуникационных систем, в месте, удаленном от места использования результатов этой работы
- c. Осуществление трудовой деятельности, совокупность задач и функций
- d. Деятельность, результаты которой имеют материальное выражение и могут быть реализованы для удовлетворения организации или физических лиц

29. Контент - это:

- a. Тексты, графика, мультимедиа и иное информационно значимое наполнение информационных систем
- b. Свидетельство, подтверждающее право на владение или пользование собственностью, либо совершение определенных операций
- c. Документ, подтверждающий, что надлежащим образом идентифицированные оборудование или услуга связи соответствуют требованиям нормативных документов
- d. Зашифрованный и защищенный паролем файл, который содержит личную информацию, к такому файлу прилагается открытый ключ

30. Какая из перечисленных компаний является генератором на информационном рынке?

- a. Консультант плюс
- b. Федеральная служба государственной статистики
- c. Консалтинговая компания

31. Для какого вида информации наиболее высокие требования к оперативности.

- a. Научно-техническая информация
- b. Маркетинговые исследования
- c. Данные о котировках на бирже

32. Какие функции выполняет информационный брокер?

- a. Индивидуальное обслуживание информационных запросов потребителей
- b. Предоставление доступа к базам данных широкому кругу потребителей

33. Понятие сетевой экономики подразумевает:

- a. Ведущую роль коммуникаций, в том числе экономических и социальных
- b. Преимущественное значение телекоммуникационных сетей в развитии экономики
- c. Хозяйственную деятельность, осуществляемую с помощью электронных сетей

34. Что представляет собой Корпоративная информационная система?

- a. это система позволяющая осуществлять решение задач интегрировано с задачами всех подсистем управления: учета, технологической подготовки производства, планирования, оперативного управления, управления маркетингом, делопроизводством и т.д.
- b. это система позволяющая осуществлять решение задач локально от задач всех прочих подсистем управления: учета, технологической подготовки производства, планирования, оперативного управления, управления маркетингом, делопроизводством и т.д.
- c. это система позволяющая осуществлять только решение комплексной задачи одной функциональной области.

35. Какие контуры входят в КИС Флагман?

- a. контур финансово-экономическое управление, контур логистика, контур управление производством, контур управление персоналом, контур бухгалтерский учет и анализ, контур контроллинг, контур управление информационными ресурсами.
- b. логистика, производственный контур, контур отраслевых решений, контур системного администрирования.
- c. контур управления взаимоотношениями с клиентами, контур управления персоналом, финансовый и бухгалтерский контуры.

36. Система бэст-Офис представляет собой комплексную программу управления предприятием и включает следующие модули...

- a. Финансы, Логистика, Персонал, Прочие модули, Администрирование, Разное.
- b. Финансовый учет, Логистика, Управление производством, Управление производством, Учет автотранспорта, Финансовое планирование и анализ, Обмен данными с удаленным филиалом, Общие справочники, Сервис.
- c. Платежи, Расчеты, Закупки, Запасы, Продажи, Налоги, Главная книга, Имущество, Кадры, Зарплата, Бюджеты, Справочники, Настройка

37. Технологии обработки финансово-экономической информации базируются на следующих прикладных программных продуктах...

- a. универсальные табличные процессоры, специализированные программы бухгалтерских расчетов, специализированные банковские программы, специализированные программы финансово-экономического анализа и бизнес-планирования.
- b. настольные издательские системы, текстовые процессоры, текстовые редакторы.
- c. системы управления проектами и системы интеллектуального проектирования и совершенствования систем управления

38. Что из перечисленного не относится к классификаторам технико-экономической и социальной информации?

- a. классификаторы информации об управленческих документах, задачах, решаемых в автоматизированных системах управления, видах деятельности, экономических и социальных показателях.
- b. классификаторы информации об организационных структурах..
- c. классификаторы информации о функциональных обязанностях и подчиненности.

39. Информационные системы для обеспечения принятия управленческих решений – это ...

- a. экспертные системы и системы поддержки принятия решений.
- b. офисные пакеты комплексных программных систем, обеспечивающих реализацию основных, или базовых, технологий управления информационными ресурсами.

- с. системы управления проектами и системы интеллектуального проектирования и совершенствования систем управления

40. Информационные системы обеспечения текущих бизнес-операций – это...

- а. экспертные системы и системы поддержки принятия решений.
- б. офисные пакеты комплексных программных систем, обеспечивающих реализацию основных, или базовых, технологий управления информационными ресурсами.
- с. системы управления проектами и системы интеллектуального проектирования и совершенствования систем управления

41. Паблик рилейшнз – это ...

- а. использование платного места или времени в Интернете на определенном сайте для формирования с помощью специальных средств и приемов необходимого имиджа фирмы, марки, а также известности относительно свойств предлагаемых товаров (услуг)
- б. комплекс мероприятий (положительные публикации о фирме и товаре, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей и др.), направленных на формирование гармоничных отношений фирмы с обществом
- с. прямое побуждение потенциального покупателя к действию путем информирования его об экономической дополнительной выгоде, получаемой им при покупке данного товара или оказываемой услуге
- д. вид деятельности, направленный на вовлечение в коммуникацию потенциальных и реальных покупателей товара, сбор информации относительно степени их удовлетворенности купленными товарами

42. Баннерная реклама – это ...

- а. использование платного места или времени в Интернете на определенном сайте для формирования с помощью специальных средств и приемов необходимого имиджа фирмы, марки, а также известности относительно свойств предлагаемых товаров (услуг)
- б. комплекс мероприятий (положительные публикации о фирме и товаре, презентации, пресс-конференции, дни открытых дверей и др.), направленных на формирование гармоничных отношений фирмы с обществом
- с. прямое побуждение потенциального покупателя к действию путем информирования его об экономической дополнительной выгоде, получаемой им при покупке данного товара или оказываемой услуге
- д. вид деятельности, направленный на вовлечение в коммуникацию потенциальных и реальных покупателей товара, сбор информации относительно степени их удовлетворенности купленными товарами

43. Перечислите основные коммуникации интернет-маркетинга:

- а. спам
- б. e-mail-маркетинг
- с. подпись к сообщениям e-mail
- д. поиск клиентов, заказчиков и партнеров
- е. организация почтовой рассылки
- ф. реклама
- г. электронный магазин
- х. платежная система

44. Определите Составляющие интернет-маркетинга:

- а. -баннерная реклама и public relations
- б. -электронная торговля товарами и услугами
- с. -методы и средства проведения эффективных рекламных кампаний
- д. -методика проведения маркетинговых исследований в Интернете
- е. -методы разработки рекламных сообщений

- f. -способы правильного позиционирования торговой марки на рынке
 - g. -{00}платежная система Интернета, службы доставки товара
- 45. Какие Модели, ориентированы на конечного пользователя:**
- a. электронная реклама
 - b. электронная торговля
 - c. информационные услуги
 - d. электронное здравоохранение
 - e. дистанционное обучение
 - f. электронное управление закупками
 - g. электронные аукционы и биржи
 - h. порталы
- 46. Перечислите виды порталов:**
- a. корпоративные
 - b. информационные
 - c. коммерческие
 - d. персональные
 - e. публичные
 - f. брокерские
 - g. консалтинговые
 - h. художественные
- 47. Перечислите составляющие электронного управления закупками:**
- a. системы электронных каталогов и агрегатов данных
 - b. системы поиска встречных заявок
 - c. системы электронного проведения тендеров
 - d. системы информационного обеспечения
 - e. системы интерактивного доступа
- 48. Какие Модели, ориентированы на бизнес-партнера:**
- a. электронная реклама
 - b. электронная торговля
 - c. информационные услуги
 - d. электронное здравоохранение
 - e. дистанционное обучение
 - f. управление взаимоотношениями с клиентами; электронное управление закупками
 - g. электронные аукционы
- 49. Что собой представляет модель Business-to-Business (B2B)?**
- a. сектор, ориентированный на организацию практической работы между компаниями в процессе производства товаров или услуг
 - b. сектор, ориентированный на работу компаний с индивидуальными потребителями товаров или услуг
 - c. виды сделок, заключаемых между фирмами и правительственными организациями
 - d. сектор, в котором наблюдается общение потребителей друг с другом, объединенных посещением одного web-сайта
- 50. Выделите наиболее полный перечень организационно-экономических моделей электронного бизнеса:**
- a. модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, B2G, G2C, G2G
 - b. модели B2B, C2B, A2C, A2A
 - c. модели B2B, B2C, B2A, C2A, C2C, C2B, A2B, A2C
- 51. Основными элементами инфраструктуры системы электронной коммерции являются:**

- a. -специальное ПО; СУБД; телекоммуникация и связь
- b. почтовые службы, службы доставки, курьерские службы, транспортные службы
- c. виртуальная банковская система; специальные платежные системы; финансовые институты; система налогообложения и таможенных тарифов
- d. биржи труда и сырьевые биржи; фондовые биржи и финансовые биржи
- e. -автоматизированное складское хозяйство; система доставки товаров и оказания услуг; служба маркетинга
- f. -система безопасности актов купли-продажи; юридическое, правовое обеспечение

52. Организация работы в среде электронного бизнеса основана на формировании следующих уровней:

- a. -концептуальный, логический, физический, технический, ресурсный, транспортный
- b. -пользовательский, представления, сеансовый, транспортный, сетевой, соединений, физический
- c. -информационный, программный, технический, технологический, сетевой, администрирования

53. Перечислите основные проблемы правового обеспечения в электронной коммерции:

- a. проблема защиты средств индивидуализации
- b. правовая неразрешенность вопроса об отнесении или неотнесении к средствам индивидуализации доменного имени в сети Интернет
- c. проблемы защиты исключительных прав на программы
- d. неопределенность правового статуса электронных (цифровых) версий традиционных средств массовой информации
- e. права автора веб-сайта
- f. регулирование трудовых отношений в виртуальном коллективе
- g. фиксация факта совершения сделки в сфере электронной экономической деятельности

54. Какие правовые акты регулируют деятельность в сетевой экономике?

- a. ФЗ "Об информации, информатизации и защите информации"
- b. ФЗ "О связи"
- c. ФЗ "Об электронной цифровой подписи"
- d. ФЗ "Об участии в международном информационном обмене"
- e. ФЗ "Об информатизации банковской системы Российской Федерации с использованием мировой информационной сети Интернет"
- f. ФЗ "Об использовании платежных карт в Российской Федерации"
- g. ФЗ "О предоставлении электронных финансовых услуг"
- h. ФЗ "О сделках, совершаемых при помощи электронных средств"

55. Что такое Транзакция?

- a. -деловая операция
- b. -сделка в сети
- c. -взаимодействие двух участников в сети

56. К основным видам электронной экономической деятельности относятся:

- a. электронный маркетинг; создания электронных магазинов
- b. коммерческие операции; организация распределенного совместного производства продукции
- c. администрирование бизнеса; транспортное обслуживание;
- d. -ведение бухгалтерского учета; разрешение конфликтных ситуаций и спорных вопросов
- e. консалтинговые услуги; аудит отдельных сторон деятельности

- f. производство товаров; транспортировка грузов; коммунальные услуги
 - g. диагностика механизированного оборудования; оценка качества
- 57. Перечислите основные принципы функционирования Internet – экономики:**
- a. принцип положительной обратной связи; принцип полноты; принцип бесплатности; принцип приверженности (лояльности); принцип переоценки ценностей; принцип обратного ценообразования
 - b. принцип экспоненты; принцип переломных точек, принцип возрастающего эффекта
 - c. принцип глобализации; принцип хаоса; принцип анархии; принцип клонирования
 - d. принцип системности; принцип доступности; принцип эффективности; принцип информированности
 - e. принцип интегративности; принцип научности; принцип прагматичности; принцип взаимодействия спроса и предложения; принцип равновесия
- 58. Перечислите виды бизнес-операций в электронной среде:**
- a. -установление контакта, обмен информацией, предпродажная и послепродажная поддержка, акт продажи, оплата покупки, создание виртуального предприятия, реализация самостоятельных бизнес-процессов
 - b. -электронный магазин, электронная реклама, информационный портал, платежные системы
 - c. -виртуальный магазин, баннерная реклама, интернет-маркетинг
- 59. Что включает протокол TCP/IP?**
- a. -это набор сетевых протоколов
 - b. -транспортный протокол
 - c. -адресный протокол
 - d. -пользовательский протокол
- 60. Назовите основные законы электронного маркетинга**
- a. -закон уличного тупика
 - b. -закон раздачи и продаж
 - c. -закон распространения
 - d. -закон доверия
 - e. -закон притяжения и подбрасывания
 - f. -закон ниши
- 61. Функции платежных систем, как правило, сводятся к следующему:**
- a. -открытие и ведение виртуальных счетов клиентов
 - b. -открытие и ведение корреспондирующих счетов клиентов
 - c. -предоставление клиентам возможности пополнить свои виртуальные счета различными способами (банковским переводом, внесением наличных, почтовым переводом, активацией специальных карт, эмитируемых платежной системой, и т. д.)
 - d. -предоставление клиентам возможности вывода денег из платежной системы на банковские счета, в наличной форме и т. д.
- 62. Требования к платежным системам**
- a. -Универсальность
 - b. -Скорость
 - c. -Возможность микроплатежей (сумм в 1 доллар)
 - d. -Наличие\отсутствие software
 - e. -Доступность
- 63. Требования к платежным системам**
- a. -Прозрачность
 - b. -Он-лайн режим регистрации
 - c. -Возврат денег покупателям

- d. -Шифрование
- e. -Наличие сертификата

64. Что обозначает бизнес-модель в2в:

- a. бизнес для бизнеса;
- b. бизнес, ориентированный на конечного физического потребителя;
- c. бизнес, обеспечивающий взаимодействие между большим количеством физических потребителей;
- d. системы обработки ценовых заявок, по которым потребители хотели бы приобрести товары и услуги;
- e. бизнес, оперирующий сделками между частными компаниями и правительственными организациями (администрацией);
- f. бизнес, построенный на организации взаимоотношений физических лиц и государственных служб.

65. Что обозначает бизнес-модель в2с

- a. бизнес для бизнеса;
- b. бизнес, ориентированный на конечного физического потребителя;
- c. бизнес, обеспечивающий взаимодействие между большим количеством физических потребителей;
- d. системы обработки ценовых заявок, по которым потребители хотели бы приобрести товары и услуги;
- e. бизнес, оперирующий сделками между частными компаниями и правительственными организациями (администрацией);
- f. бизнес, построенный на организации взаимоотношений физических лиц и государственных служб.

66. Что обозначает бизнес-модель с2с

- a. бизнес для бизнеса;
- b. бизнес, ориентированный на конечного физического потребителя;
- c. бизнес, обеспечивающий взаимодействие между большим количеством физических потребителей;
- d. системы обработки ценовых заявок, по которым потребители хотели бы приобрести товары и услуги;
- e. бизнес, оперирующий сделками между частными компаниями и правительственными организациями (администрацией);
- f. бизнес, построенный на организации взаимоотношений физических лиц и государственных служб.

67. Что обозначает бизнес-модель с2в

- a. бизнес для бизнеса;
- b. бизнес, ориентированный на конечного физического потребителя;
- c. бизнес, обеспечивающий взаимодействие между большим количеством физических потребителей;
- d. системы обработки ценовых заявок, по которым потребители хотели бы приобрести товары и услуги;
- e. бизнес, оперирующий сделками между частными компаниями и правительственными организациями (администрацией);
- f. бизнес, построенный на организации взаимоотношений физических лиц и государственных служб.

68. Что обозначает бизнес-модель в2а

- a. бизнес для бизнеса;
- b. бизнес, ориентированный на конечного физического потребителя;
- c. бизнес, обеспечивающий взаимодействие между большим количеством физических потребителей;

- d. системы обработки ценовых заявок, по которым потребители хотели бы приобрести товары и услуги;
- e. бизнес, оперирующий сделками между частными компаниями и правительственными организациями (администрацией);
- f. бизнес, построенный на организации взаимоотношений физических лиц и государственных служб.

69. Что обозначает бизнес-модель c2a

- a. бизнес для бизнеса;
- b. -бизнес, ориентированный на конечного физического потребителя;
- c. -бизнес, обеспечивающий взаимодействие между большим количеством физических потребителей;
- d. -системы обработки ценовых заявок, по которым потребители хотели бы приобрести товары и услуги;
- e. -бизнес, оперирующий сделками между частными компаниями и правительственными организациями (администрацией);
- f. -бизнес, построенный на организации взаимоотношений физических лиц и государственных служб.

70. Электронная цифровая подпись – это:

- a. средство подтверждения, что содержание документа не было изменено;
- b. метод аутентификации отправителя;
- c. реквизит электронного документа, предназначенный для защиты этого документа от подделки.

71. Справочно-правовые системы позволяют:

- a. создавать собственные подборки документов по заданной проблеме;
- b. ставить закладки в тексте;
- c. реализовать гипертекстовые связи между документами;
- d. экспортировать документы в текстовый редактор MS Word.

72. Поиск информации в сети Интернет производится с помощью:

- a. запросов – простых и сложносоставных;
- b. шаблонов;
- c. ключевых слов.

73. Агентство, ведущее в России базы персональных данных, обязано иметь лицензию:

- a. да;
- b. нет.

74. Информационные ресурсы субъектов Российской Федерации являются государственными:

- a. да;
- b. нет.

75. В России на информационном рынке преобладающим является:

- a. режим онлайн;
- b. режим офлайн;
- c. приобретение компакт-дисков и печатной продукции.

76. Вся опубликованная информация представлена в сети Интернет?

- a. да;
- b. нет.

77. Чем обеспечивается достоверность информации в профессиональных базах?

- a. лицензионным соглашением, заключаемым с поставщиками информации;
- b. регулярной проверкой информации; в) получением информации от первых источников.

78. Какой сектор мировых информационных ресурсов имеет наибольшую аудиторию?

- a. деловой информации;
- b. научно-технической информации;
- c. потребительской информации.

7.3.3.Задания для подготовки к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям

1 рейтинг-контроль

1. Предмет и объект сетевой экономики.
2. Место и особенности сетевой экономики. Интернет инновации и их воздействие на экономику.
3. Описание предмета и объекта сетевой экономики. Примеры Интернет инноваций и их воздействие на экономику.
4. Деятельность современного руководителя.
5. Построение виртуального пространства.
6. Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономических системах.
7. Институциональные рамки для взаимодействий в экономике.
8. Краткий обзор моделей взаимодействия в экономике.
9. Общая картина информационных взаимодействий.
10. Теоретические пределы прямых информационных взаимодействий.
11. Пространственные границы информационных взаимодействий.
12. Схема прямых информационных взаимодействий.
13. Методы агентного моделирования.
14. Теоретическая модель онлайн-общества
15. Методика агентного моделирования для социально-экономических систем.
16. Инструментарий компьютерного моделирования.
17. Модель информационных взаимодействий на базе технологии активных объектов (ТАО).
18. Сетевая инфраструктура онлайн-обществ.
19. Статистическая база для исследования онлайн-обществ.
20. Среда жизнедеятельности IT-роботов.
21. Подсистема технологических связей.
22. Подсистема правил поведения.
23. Коллективная модель среды.
24. Схема и-робота.
25. Структура среды жизнедеятельности IT-роботов
26. Сетевая экономика и ее составляющие компоненты
27. Глобальная сетевая экономика. Сетевая экономика как новая форма экономического порядка
28. Трансформация факторов конкурентоспособности для цифровой продукции
29. Воздействие сетевых особенностей на структуру отрасли
30. Особенности сетевого рынка, сетевой эффект
31. Предприятие в сетевой рыночной экономике
32. Информационная среда экономической деятельности хозяйствующих субъектов
33. Развитие хозяйственной деятельности в Интернет
34. Факторы, укрепляющие позиции сетевой экономики
35. Преимущества участия в электронном рынке
36. Модель участия предприятия в глобальной сетевой экономике
37. Место Интернета в мировой экономике. Интернет как среда рыночных отношений
38. Основные направления электронного бизнеса

39. Электронная коммерция как сегмент сетевой экономики
40. Электронный бизнес. Основные направления электронного бизнеса
41. Электронный бизнес, цели и организационные принципы электронного бизнеса
42. Электронная коммерция. Разница между понятиями «электронный бизнес» и «электронная коммерция»

2 рейтинг-контроль

1. Сферы применения систем электронной коммерции
2. Категории электронного бизнеса
3. Направление бизнес-бизнес Развитие B2B в России
4. Службы Интернета. Основные категории услуг, предоставляемых Интернетом
5. Основные инструменты поиска информации в Интернете
6. Интернет как среда для связи и общения. Различия между Интернетом и традиционными средствами массовой информации
7. Модели коммуникации Интернета
8. Модель «многие ко многим» и виды коммуникационного взаимодействия
9. Push- и Pull-модели доставки информации потребителю
10. Основные характеристики Интернета: интерактивность, гипертекст, мультимедиа, гипермедиа, эффект присутствия, сетевая навигация
11. Сравнение Интернета с традиционными СМИ
12. Платежная система в Интернете. Необходимые условия реализации платежей через Интернет. Классификация платежных систем. Обзор существующих платежных систем
13. Расстановка приоритетов в интернет-маркетинге
14. Создание сайта: этапы, анализ работ
15. Возможности Интернет-сайта, виды сайтов
16. Интернет-реклама. Основные принципы проведения рекламной стратегии
17. Основные правила баннерной рекламы
18. Основные правила контекстной рекламы
19. Директ-маркетинг
20. Бизнес-планирование в Интернет-экономике. Стратегия предприятия и Интернет
21. Стратегия предприятия и Интернет. Ресурсное обеспечение и экономика Интернет-проекта
22. Стратегия предприятия и Интернет. Представительство предприятия в Интернете: методы построения
23. Управление проектом по созданию интернет-сайта: каналы распределения и их функции
24. Интернет для производителей. Интернет для посредников
25. Принципы создания интернет-магазина
26. Общие экономические выгоды, получаемые всеми участниками электронного бизнеса
27. Экономико-организационные преимущества, получаемые фирмами-участниками сетевой экономики
28. Правовое регулирование электронной коммерции
29. Формы и особенности электронных сделок
30. Правовое решение вопросов безопасности сетевой экономики и электронной коммерции
31. Администрирование в области разработки и производства систем и средств сетевой экономики и электронной коммерции

32. Технические, программно-технические и программные средства, системы, компьютерные сети и другие средства организации электронной коммерции
33. Типовой закон об электронной торговле. Функционально-эквивалентный подход» к составлению электронных документов
34. Страхование систем электронной коммерции. Основные объекты информационного страхования
35. Требования надежности хранения данных, конфиденциальности доступа
36. Вопросы эффективности распределенной обработки информации в сфере сетевой экономики
37. Терминальная архитектура автоматизированной информационной системы
38. Архитектура "клиент-сервер" автоматизированной информационной системы
39. INTERNET – торговля – новое направление в развитии отрасли. Сущность Internet-торговли
40. Процесс электронной торговли. Сущность явления, с точки зрения покупателя и продавца
41. Основные фазы торгового процесса в сетевой экономической системе
42. Фронт офис (фронт система), как интерфейс между торговым оператором и ТС

3 рейтинг-контроль

1. Методика и технология построения Internet-магазина
2. Разновидности электронных магазинов. Web-витрины. Этапы обработки поступившего заказа
3. Разновидности электронных магазинов. Интернет-магазин как совокупность (web-витрины + платежной системы + автоматизация обработки и отправления на склад заказа + работа с базами данных по клиентам)
4. Разновидности электронных магазинов. Торговая Интернет Система
5. Web-сервер как основа для оформления как небольшого, так и крупного корпоративного сайта
6. Основные отличия Shop-дизайновских решений от Web-дизайновских в сетевой экономике
7. Основные требования, которым должен отвечать современный Интернет-магазин
8. Техническое оснащение Internet-магазина. Вариант - лизинг оборудования
9. Программные решения при создании Internet-магазина
10. Отличительные особенности базы данных электронного магазина, от баз данных иного назначения
11. Платежные системы Российской Федерации
12. Этапы создания электронного платежного сервиса
13. Основные этапы развития глобальной компьютерной сети
14. Internet применительно к вопросам сетевой экономики
15. Особенности сетевой экономики, ее место в сложившейся многоукладной экономической системе
16. Социально-экономические аспекты влияния Интернет технологий на современное общество
17. Примеры Интернет инноваций и их воздействие на экономику
18. Онлайн-сообщества. Сетевые организации. Сетевые инфраструктуры
19. Этапы и проблемы формирования онлайн-сообщества
20. Общие характеристики информационной активности предпринимателей
21. Сетевая экономика как новая хозяйственная форма XXI в.
22. Сетевые товары в сетевой экономике

23. Особенности тарифной политики при продаже сетевых товаров
24. Понятие « сетевого товара », его основные свойства. Стратегия действия на рынке производителей и продавцов сетевых товаров
25. Особенности экономического развития России по уровню готовности к интеграции в сетевую экономику
26. Экономика разнородных сетей. Ценообразование в глобальной сети
27. Электронные службы, электронные платежные системы
28. Сетевая экономика и глобализация экономической деятельности
29. Сетевая экономика как форма экономической деятельности, базирующаяся на глобальной электронной среде
30. Этапы развития правовой базы, необходимой для эффективного функционирования электронной коммерции
31. Экономика телекоммуникационных корпораций
32. Коммерция в области информационных услуг
33. Организация предпринимательской деятельности на базе Internet-технологий
34. Системы обеспечения безопасной деятельности в сети Internet. Защита операционных систем безопасности систем управления и принятия решений
35. Интернет - магазины: специфика организации и функционирования
36. Понятие распределенного офиса, специфика совершения сделок, варианты оплаты, особенности взаимодействия с поставщиками, взаимодействия с поставщиками и особенности издержек
37. Безопасность и понятие электронной подписи и защищенного канала
38. Аспекты, связанные с использованием электронных денег
Понятие конфиденциальности и его значение для минимизации налогообложения операций
39. Понятие баннера. Изготовление и размещение. Баннерные сети. «Кликеры». Понятие рейтинга ресурсов
40. Понятие корпоративного Web – сервера
41. Возможные варианты подключения к сети. Понятие провайдера. Хостинг
42. Применение сетевых коммуникаций для передачи и распространения коммерческой информации, как главная движущая сила электронного бизнеса и сетевой экономики

7.3.4. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию

1. Предмет и объект сетевой экономики.
2. Место и особенности сетевой экономики. Интернет инновации и их воздействие на экономику.
3. Описание предмета и объекта сетевой экономики. Примеры Интернет инноваций и их воздействие на экономику.
4. Деятельность современного руководителя.
5. Построение виртуального пространства.
6. Теория информационных взаимодействий в современных социально-экономических системах.
7. Институциональные рамки для взаимодействий в экономике.
8. Краткий обзор моделей взаимодействия в экономике.
9. Общая картина информационных взаимодействий.
10. Теоретические пределы прямых информационных взаимодействий.
11. Пространственные границы информационных взаимодействий.
12. Схема прямых информационных взаимодействий.
13. Методы агентного моделирования.

14. Теоретическая модель онлайн-общества
15. Методика агентного моделирования для социально-экономических систем.
16. Инструментарий компьютерного моделирования.
17. Модель информационных взаимодействий на базе технологии активных объектов (ТАО).
18. Сетевая инфраструктура онлайн-обществ.
19. Статистическая база для исследования онлайн-обществ.
20. Среда жизнедеятельности IT-роботов.
21. Подсистема технологических связей.
22. Подсистема правил поведения.
23. Коллективная модель среды.
24. Схема и-робота.
25. Структура среды жизнедеятельности IT-роботов
26. Сетевая экономика и ее составляющие компоненты
27. Глобальная сетевая экономика. Сетевая экономика как новая форма экономического порядка
28. Трансформация факторов конкурентоспособности для цифровой продукции
29. Воздействие сетевых особенностей на структуру отрасли
30. Особенности сетевого рынка, сетевой эффект
31. Предприятие в сетевой рыночной экономике
32. Информационная среда экономической деятельности хозяйствующих субъектов
33. Развитие хозяйственной деятельности в Интернет
34. Факторы, укрепляющие позиции сетевой экономики
35. Преимущества участия в электронном рынке
36. Модель участия предприятия в глобальной сетевой экономике
37. Место Интернета в мировой экономике. Интернет как среда рыночных отношений
38. Основные направления электронного бизнеса
39. Электронная коммерция как сегмент сетевой экономики
40. Электронный бизнес. Основные направления электронного бизнеса
41. Электронный бизнес, цели и организационные принципы электронного бизнеса
42. Электронная коммерция. Разница между понятиями «электронный бизнес» и «электронная коммерция»
43. Сферы применения систем электронной коммерции
44. Категории электронного бизнеса
45. Направление бизнес-бизнес Развитие B2B в России
46. Службы Интернета. Основные категории услуг, предоставляемых Интернетом
47. Основные инструменты поиска информации в Интернете
48. Интернет как среда для связи и общения. Различия между Интернетом и традиционными средствами массовой информации
49. Модели коммуникации Интернета
50. Модель «многие ко многим» и виды коммуникационного взаимодействия
51. Push- и Pull-модели доставки информации потребителю
52. Основные характеристики Интернета: интерактивность, гипертекст, мультимедиа, гипермедиа, эффект присутствия, сетевая навигация
53. Сравнение Интернета с традиционными СМИ
54. Платежная система в Интернете. Необходимые условия реализации платежей через Интернет. Классификация платежных систем. Обзор существующих платежных систем
55. Расстановка приоритетов в интернет-маркетинге
56. Создание сайта: этапы, анализ работ
57. Возможности Интернет-сайта, виды сайтов

58. Интернет-реклама. Основные принципы проведения рекламной стратегии
59. Основные правила баннерной рекламы
60. Основные правила контекстной рекламы
61. Директ-маркетинг
62. Бизнес-планирование в Интернет-экономике. Стратегия предприятия и Интернет
63. Стратегия предприятия и Интернет. Ресурсное обеспечение и экономика Интернет-проекта
64. Стратегия предприятия и Интернет. Представительство предприятия в Интернете: методы построения
65. Управление проектом по созданию интернет-сайта: каналы распределения и их функции
66. Интернет для производителей. Интернет для посредников
67. Принципы создания интернет-магазина
68. Общие экономические выгоды, получаемые всеми участниками электронного бизнеса
69. Экономико-организационные преимущества, получаемые фирмами-участниками сетевой экономики
70. Правовое регулирование электронной коммерции
71. Формы и особенности электронных сделок
72. Правовое решение вопросов безопасности сетевой экономики и электронной коммерции
73. Администрирование в области разработки и производства систем и средств сетевой экономики и электронной коммерции
74. Технические, программно-технические и программные средства, системы, компьютерные сети и другие средства организации электронной коммерции
75. Типовой закон об электронной торговле. Функционально-эквивалентный подход к составлению электронных документов
76. Страхование систем электронной коммерции. Основные объекты информационного страхования
77. Требования надежности хранения данных, конфиденциальности доступа
78. Вопросы эффективности распределенной обработки информации в сфере сетевой экономики
79. Терминальная архитектура автоматизированной информационной системы
80. Архитектура "клиент-сервер" автоматизированной информационной системы
81. INTERNET – торговля – новое направление в развитии отрасли. Сущность Internet-торговли
82. Процесс электронной торговли. Сущность явления, с точки зрения покупателя и продавца
83. Основные фазы торгового процесса в сетевой экономической системе
84. Фронт офис (фронт система), как интерфейс между торговым оператором и ТС
85. Методика и технология построения Internet-магазина
86. Разновидности электронных магазинов. Web-витрины. Этапы обработки поступившего заказа
87. Разновидности электронных магазинов. Интернет-магазин как совокупность (web-витрины + платежной системы + автоматизация обработки и отправления на склад заказа + работа с базами данных по клиентам)
88. Разновидности электронных магазинов. Торговая Интернет Система
89. Web-сервер как основа для оформления как небольшого, так и крупного корпоративного сайта
90. Основные отличия Shop-дизайновских решений от Web-дизайновских в сетевой экономике

91. Основные требования, которым должен отвечать современный Интернет-магазин
92. Техническое оснащение Internet-магазина. Вариант - лизинг оборудования
93. Программные решения при создании Internet-магазина
94. Отличительные особенности базы данных электронного магазина, от баз данных иного назначения
95. Платежные системы Российской Федерации
96. Этапы создания электронного платежного сервиса
97. Основные этапы развития глобальной компьютерной сети
98. Internet применительно к вопросам сетевой экономики
99. Особенности сетевой экономики, ее место в сложившейся многоукладной экономической системе
100. Социально-экономические аспекты влияния Интернет технологий на современное общество
101. Примеры Интернет инноваций и их воздействие на экономику
102. Онлайновые сообщества. Сетевые организации. Сетевые инфраструктуры
103. Этапы и проблемы формирования онлайнового сообщества
104. Общие характеристики информационной активности предпринимателей
105. Сетевая экономика как новая хозяйственная форма XXI в.
106. Сетевые товары в сетевой экономике
107. Особенности тарифной политики при продаже сетевых товаров
108. Понятие «сетевого товара», его основные свойства. Стратегия действия на рынке производителей и продавцов сетевых товаров
109. Особенности экономического развития России по уровню готовности к интеграции в сетевую экономику
110. Экономика разнородных сетей. Ценообразование в глобальной сети
111. Электронные службы, электронные платежные системы
112. Сетевая экономика и глобализация экономической деятельности
113. Сетевая экономика как форма экономической деятельности, базирующаяся на глобальной электронной среде
114. Этапы развития правовой базы, необходимой для эффективного функционирования электронной коммерции
115. Экономика телекоммуникационных корпораций
116. Коммерция в области информационных услуг
117. Организация предпринимательской деятельности на базе Internet-технологий
118. Системы обеспечения безопасной деятельности в сети Internet. Защита операционных систем безопасности систем управления и принятия решений
119. Интернет - магазины: специфика организации и функционирования
120. Понятие распределенного офиса, специфика совершения сделок, варианты оплаты, особенности взаимодействия с поставщиками, взаимодействия с поставщиками и особенности издержек
121. Безопасность и понятие электронной подписи и защищенного канала
122. Аспекты, связанные с использованием электронных денег
Понятие конфиденциальности и его значение для минимизации налогообложения операций
123. Понятие баннера. Изготовление и размещение. Баннерные сети. «Кликеры». Понятие рейтинга ресурсов
124. Понятие корпоративного Web – сервера
125. Возможные варианты подключения к сети. Понятие провайдера. Хостинг
126. Применение сетевых коммуникаций для передачи и распространения коммерческой информации, как главная движущая сила электронного бизнеса и сетевой экономики

7.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методическими материалами, определяющими процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций являются внутривузовские локальные нормативные акты: «Положение о балльно-рейтинговой системе контроля и оценки успеваемости студентов» и «Положение о промежуточной аттестации обучающихся».

В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Балльно - рейтинговая система требует четких правил ее проведения, причем эти правила должны быть, хорошо известны обучающимся . Это достигается ознакомлением каждого обучающегося с вышеуказанными положениями.

График проведения рейтинговых контрольных мероприятий и даты проведения промежуточной аттестации, по курсам и семестрам, отражены в утвержденных проректором по УР календарных учебных графиках и расписаниях промежуточной аттестации по направлению подготовки (специальности), которые размещаются на информационных стендах институтов (факультетов) и на сайте университета в установленные сроки.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы.

Основная литература:

1. Бугорский В.Н. Сетевая экономика. М.: Финансы и статистика, 2006
2. Рубино Дж. Большая книга по сетевому маркетингу от лидеров MLM М.: ФАИР-ПРЕСС, 2007
3. Стрелец И.А. Сетевая экономика. М.: Эксмо, 2006
4. Уткин, В. Б. Информационные системы и технологии в экономике [Электронный ресурс]: учеб. / В. Б. Уткин, К. В. Балдин. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 337 с. (ЭБС Университетская библиотека-online)

Дополнительная литература:

5. Арсеньев, Ю. Н. Информационные системы и технологии. Экономика. Управление. Бизнес [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. Н. Арсеньев, С. И. Шелобаев, Т. Ю. Давыдова. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 448 с. (ЭБС Университетская библиотека-online)
6. Количественные методы в экономических исследованиях [Электронный ресурс] : учебник / М.: Юнити-Дана, 2013. - 688 с. (ЭБС Университетская библиотека-online)
7. Колемаев, В. А. Математическая экономика [Электронный ресурс] : учеб. / В. А. Колемаев. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 401 с. (ЭБС Университетская библиотека-online)".

9. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.

- ЭБС «Издательства Лань»
Коллекция «Единая профессиональная база знаний для аграрных вузов»
ООО «Издательство Лань».
Лицензионный договор № 003/2025-44ФЗ от 22.05.25 г сроком на 1 год
<http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Издательства Лань». Коллекция «ФПУ. 10-11 кл. Изд-во «Просвещение». Общеобразовательные предметы»

ООО «ЭБС Лань».

Договор № 023/2024-223ФЗ от 24.05.24 г сроком на 1 год (работает до 1 сентября)

<http://e.lanbook.com/>

- **Сетевая электронная библиотека**

ООО «ЭБС ЛАНЬ»

Договор № СЭБ НВ-164 от 17.12.2019 г. – бессрочный

<http://e.lanbook.com/>

<http://seb.e.lanbook.com/>

- **ЭБС «Университетская библиотека online». Базовая часть**

ООО «Директ-Медиа»

Контракт № 51-04/2025 от 22.05.2025 г сроком на 1 год

<http://biblioclub.ru>

- **ЭБС «ЮРАЙТ» Пакет СПО**

ООО «Электронное издательство Юрайт»

Лицензионный договор № 6703 от 27.08.2024 г. сроком на 1 год

<https://urait.ru/>

- **Научная электронная библиотека e-LIBRARY.RU (SCIENCE INDEX)**

ООО Научная электронная библиотека.

Лицензионный договор № SIO-2114/2025 от 06.05.2025 сроком на 1 год

<http://elibrary.ru>

- **Сертификат ИТС ПО САБ ИРБИС64**

ООО «Эй Ви Ди - Систем»

Договор № А-12933 от 12.04.2024 г. сроком на 1 год

- **Антиплагиат.ВУЗ 5.0**

Модуль поиска «Объединенная коллекция 2020»

АО «Антиплагиат»

Лицензионный договор № 10023 от 12.05.2025 г. сроком на 1 год

Гарант

ООО «Гарант-КБР» Договор № 305-2025г. от 09.01.2025 г. сроком на 1 год

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины «Теория сетевой экономики» необходимо учитывать особенность Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – их компетентностную ориентацию, которая нацелена не на сумму усвоенной информации, а на способность человека действовать в различных ситуациях.

Главной целью реализации компетентностного подхода является формирования и развития профессиональных навыков студентов, увеличение доли участия обучающихся в учебном процессе через широкое использование активных и интерактивных форм проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, дискуссий, компьютерных симуляций, долевых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий, результатов работы студенческих исследовательских групп, вузовских и межвузовских телеконференций) в сочетании с внеаудиторной работой.

Дисциплина «Теория сетевой экономики» рассчитана на изучение в один семестр и заканчивается зачетом.

На лекциях магистранту рекомендуется внимательно слушать учебный материал, записывать основные моменты, идеи, пытаться сразу понять главные положения темы, а если что не ясно – делать соответствующие пометки. После лекции во внеурочное время целесообразно прочитать записанный материал с целью его усвоения и выяснения непонятных вопросов.

Для подготовки к практическим занятиям магистранту следует завести отдельную тетрадь. Магистрант должен тщательно готовиться к практическим занятиям путем проработки теоретических положений по теме занятия из конспекта лекции, рекомендуемых учебников, учебных пособий, дополнительной литературы, интернет - источников.

Раздел «Самостоятельная работа» информирует о том, какие вопросы раздела (модуля) выносятся на самостоятельное изучение, каково их учебно-методическое обеспечение (учебники, учебные пособия, методические указания). Самостоятельная работа магистранта является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.

Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- выступления с докладами, сообщениями на практических занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в собеседованиях, ролевых играх, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время предполагает:

- повторение лекционного материала;
- подготовку к практическим занятиям;
- изучение учебной и научной литературы;
- решение задач, выданных на практических занятиях;
- подготовку к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовку рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме,
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов.

Степень усвояемости вопросов самостоятельной работы определяется при текущем и промежуточном контроле и при промежуточной аттестации.

Магистранты заочной формы обучения, после окончания предыдущей сессии, ознакамливаются с целями и задачами изучения дисциплины, с перечнем вопросов, которые они должны изучать для формирования компетенций, запланированных в рабочей программе. Они получают задания на самостоятельную работу и объяснение

как пользоваться методическими указаниями по выполнению этой работы, которые имеются в наличии в научной библиотеке ФГБОУ ВО Кабардино-Балкарский ГАУ.

Магистранту следует тщательно готовиться к модульному тестированию, контрольным работам, контрольным опросам, прорабатывая конспект лекций и рекомендуемую литературу.

11. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

11.1 Лицензионное программное обеспечение

AutoDesk AutoCad 2012 Education Product Standalone б/н

Антиплагиат.ВУЗ 5.0 Модуль поиска «Объединенная коллекция 2020»

лицензионный договор № 10023 от 12.05.2025 г. сроком на 1 год

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition № лицензии

26EC-241021-134643-810-2826, договор № 651/А от 18.10.2024 г. до 31.10.2025

11.2 Интернет-ресурсы свободного доступа

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
БД «AGROS»- международная документографическая база данных по проблемам АПК, охватывает все научные публикации (книги, брошюры, авторефераты, диссертации, труды сельскохозяйственных научных учреждений).	http://www.cnshb.ru/cataloga.shtm
Агроакадемсеть- базы данных РАСХН.	http://www.vniikormov.ru/pub/0004/lekcii-poslevuzovskogo-obrazovaniia-po-spetcialnosti-06-01-06-lugovodstvo-lekarstvennye-i-efirno-maslichnye-kultury-01.php

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

№ п./п.	Вид учебной работы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Лекционные занятия	Аудитории (№№ 110, 215) для проведения занятий лекционного типа в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель
2.	Практический практикум	Аудитории (№№ 216, 217, 218, 221, 222) для проведения практических занятий в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, персональные компьютеры на каждого студента.
3.	Самостоятельная работа	Учебная аудитория (компьютерные классы 218 и 222 с выходом в Интернет), для организации самостоятельной работы	Доска аудиторная, специализированная мебель, персональные компьютеры с выходом в интернет

		обучающихся; читальный зал научной библиотеки	
--	--	--	--