

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

ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДЕЛОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

УТВЕРЖДЕНА

решением Ученого совета ИБДА

Протокол от "13" октября 2020 г. № 7

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Индекс Б1.В.ДВ.09.02 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией»

по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

направленность «Управление прорывными проектами в международном бизнесе
(российско-французская программа с углубленным изучением иностранных языков)»

квалификация бакалавр

очная форма обучения

Год набора – 2021

Москва, 2020 г.

Автор—составитель:

канд. техн. наук заведующий кафедрой прикладных информационных технологий
Института общественных наук Голосов П.Е.

канд. техн. наук Доцент доцент кафедры прикладных информационных технологий
Института общественных наук Мосягин А.Б.

канд. полит. наук преподаватель института финансов и устойчивого развития

преподаватель института финансов и устойчивого развития

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО	4
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	10
5. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	19
6. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	20

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

1.1. Дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-2	Способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС – 2.1	Способность к определению проблемы, постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями).

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	УК ОС – 2.1	<p>на уровне знаний: 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;</p> <p>на уровне умений (типовые 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);</p> <p>на уровне навыков (типовые действия выполняются автоматически, без воспроизведения алгоритма): деловой коммуникации; информационного поиска</p>

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

2,00 ЗЕ, 16 ак. часа(ов) на контактную работу с преподавателем, 56 ак. часа(ов) на самостоятельную работу обучающихся;

Место дисциплины в структуре ОП ВО

– Б1.В.ДВ.09.02 «Цифровое общество и управление цифровой репутацией» 1-й курс
2-й семестр

– дисциплина реализуется после изучения дисциплин:

– форма промежуточной аттестации – зачет

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), ак. час./ час.						Форма текущего контроля успеваемости *, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
очная форма обучения								
1	Искусственный интеллект, машинное обучение и большие данные	4	1	0	0	0	3	Тестирование
2	Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки	4	1	0	0	0	3	Тестирование
3	Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили	4	1	0	0	0	3	Тестирование
4	Как спастись от киберугроз в новую эпоху? Вопросы информационной безопасности	4	1	0	0	0	3	Тестирование
5	Введение в управление цифровой репутацией	2	1	0	0	0	1	Тестирование
6	Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций	4	1	0	0	0	3	Тестирование
7	Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты)	4	1	0	0	0	3	Тестирование
8	Виртуальная и дополненная реальность	3	1	0	0	0	2	Тестирование
9	Гибкие методологии управления проектами	3	1	0	0	0	2	Тестирование
10	Как создаются программы и что нужно, чтобы попасть в App Store или Google Play?	4	1	0	0	0	3	Тестирование
11	Что такое цифровая репутация	7	1	0	0	0	6	Тестирование
12	Целевая аудитория в сети	7	1	0	0	0	6	Тестирование
13	Стратегия управления цифровой репутацией	7	1	0	0	0	6	Тестирование
14	Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих	8	2	0	0	0	6	Тестирование

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), ак. час./ час.						Форма текущего контроля успеваемости *, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
очная форма обучения								
15	Управление конфликтами в социальных сетях	7	1	0	0	0	6	Тестирование
Промежуточная аттестация		0						Зачет
Всего:		72 / 72	16 / 16	0 / 0	0 / 0	0 / 0	56 / 56	

Примечание* – формы текущего контроля успеваемости: домашнее задание (ДЗ)

Содержание дисциплины

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 сенсоры. Технологии виртуальной и дополнительной реальности.

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 конфликта 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 и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

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

4.1.1. 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 (с применением ДОТ в СДО) - <https://lms.ranepa.ru>
- 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.

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

- в форме итогового компьютерного тестирования с применением ДОТ в СДО.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

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

¹ Разработчик программы самостоятельно выбирает форму заполнения пункта 1.1.

- 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 испытает атаки практически мгновенно и будет взломана в течение нескольких часов
 - 4) Информационная система испытает 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

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

При изучении дисциплины, обучающиеся в течение семестра прослушивают курс лекций, изучают видеоматериалы, проходят процесс текущей оценки знаний по теоретическим темам в СДО и сдают зачет.

Успешность работы обучающегося в учебном семестре по дисциплине оценивается по 100-балльной шкале.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС – 2	Способность разрабатывать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	УК ОС – 2.1	Способность к определению проблемы, постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями).

Этап освоения компетенции / Дескриптор	Показатель оценивания / Индикатор	Критерий оценивания
УК ОС – 2.1	Знание актуальных программных средств, принятых для осуществления делопроизводства; Знание методов работы с большими объемами информации; Знание методов работы с открытыми данными: государственных органов, коммерческих структур, отраслевых некоммерческих организаций; Знание основных методов и технологий анализа информационного поля.	Низкий «неудовлетворительно/незачет» - компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал по дисциплине. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет неуверенно, с ошибками. Пороговый (базовый) «удовлетворительно/зачет» - компетенция освоена удовлетворительно, но недостаточно. Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.

4.3.2 Типовые оценочные средства промежуточной аттестации

Типовые оценочные материалы по [теме 1](#):

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Методы и технологии искусственного интеллекта.

Машинное обучение.

Гибридная парадигма построения искусственных интеллектуальных систем.

Особенности цифровизации экономических процессов.

Роль государства в использовании цифровых платформ.

Типовые оценочные материалы по [теме 2](#):

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Реализация продаж с использованием сетевых информационных технологий.

Виды цифровых платформ. Общая характеристика операций блокчейна.

Понятие криптовалют.

Виртуализация экономических процессов.
Стандарты обеспечения информационной безопасности.

Типовые оценочные материалы по [теме 3](#):

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

Типовые оценочные материалы по [теме 4](#):

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”

Типовые оценочные материалы по [теме 5](#):

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

Типовые оценочные материалы по [теме 6](#):

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?

Типовые оценочные материалы по [теме 7](#):

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. Соответствуете 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?

Типовые оценочные материалы по [теме 8](#):

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Виды сетевых конфликтов.

Конфликты прямого и косвенного участия.

В чем отличия.

Типовые оценочные материалы по [теме 9](#):

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети.

Типовые оценочные материалы по [теме 10](#):

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.

Типовые оценочные материалы по [теме 11](#):

Тест, содержащий вопросы по тематике:

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.

Типовые оценочные материалы по [теме 12](#):

Тест, содержащий вопросы по тематике:

Оценка по шкале от 1 до 10 объема личных данных

Сетевое размещение данных

Какой объем данных достаточен для личной идентификации

Выявление персональных данных

Типовые оценочные материалы по [теме 13](#):

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?

Типовые оценочные материалы по [теме 14](#):

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?

Типовые оценочные материалы по [теме 15](#):

Тест, содержащий вопросы по тематике:

«Кибербуллинг»

Поиск конкретной информации в Сети

Описание и анализ информации.

Обозначение темы конфликта, предистория, отслеживание развития конфликта.

Прогнозирование действий.

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
- 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

3. 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

4. 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 «Медиалогия»
- Г. Провести опрос в соцсетях

5. 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

6. 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

7. 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

8. 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

9. 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

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

4.3.3. Шкала оценивания по дисциплине

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
0-40	«не зачтено»
41-100	«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	2

	теме 5, практическое задание	
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

Итоговый тест по курсу состоит из 20 вопросов, на прохождение теста выделяется 30 минут.

5. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Основная литература:

1. -, - с.
2. -, - с.

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-naseleniya>
6. 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-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf
7. Медиология, Мониторинг СМИ и соцсетей, сайт информационной компании <https://www.mlg.ru/>

Интернет-ресурсы:

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

Требования к аудитории:

- Семинарские
- компьютерный класс
- Лекционные

Требования к оборудованию:

- ПК (стационарный) или ноутбук: операционная система: не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям)

Требования к программному обеспечению: