

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«БРАТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Базовая кафедра менеджмента и информационных технологий

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе

_____ Е.И.Луковникова

« _____ » _____ 20 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РЫНОК ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

ФТД.В.02

НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ

38.03.03 Управление персоналом

ПРОФИЛЬ ПОДГОТОВКИ

Управление персоналом организации

Программа прикладного бакалавриата

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ	
3.1 Распределение объёма дисциплины по формам обучения.....	5
3.2 Распределение объёма дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости	5
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4.1 Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий	6
4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам	8
4.3 Лабораторные работы.....	27
4.4. Практические занятия.....	27
4.5 Контрольные мероприятия: курсовой проект (курсовая работа), контрольная работа, РГР, реферат.....	27
5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	28
6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	29
7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	29
8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО – ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	30
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	31
9.1 Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ/ семинаров / практических работ	34
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	45
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	46
Приложение 1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	47
Приложение 2. Аннотация рабочей программы дисциплины	52
Приложение 3. Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе	53

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Вид деятельности выпускника

Дисциплина охватывает круг вопросов, относящихся к информационно-аналитическому виду профессиональной деятельности выпускника в соответствии с компетенциями и видами деятельности, указанными в учебном плане.

Цель дисциплины

Формирование системы знаний о современном рынке информационных услуг, его информационном обеспечении, об особенностях информационных ресурсов Российской Федерации; рассмотрение основных характеристик мирового и российского рынков информационных услуг; профессиональных баз данных и деловых ресурсов Интернета; ознакомление с особенностями средств массовой информации в современной структуре мирового сообщества.

Задачи дисциплины

- формирование у студентов общих представлений о современном рынке информационных продуктов и услуг;
- формирование знаний о работе с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- формирование знаний о теоретических основах и практическом применении баз данных и деловых ресурсов Интернета;
- способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для решения прикладных задач и создания информационных систем;
- выработать практические навыки по использованию пакетов прикладных программ, получить практический опыт их применения для решения типовых задач экономики (Excel, STATISTICA, SPSS и др.).

Код компетенции 1	Содержание компетенций 2	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине 3
ПК-27	Способность владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, навыками работы со специализированными кадровыми компьютерными программами, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные	знать: – основы информационных технологий и корпоративных информационных систем; уметь: – применять методы и программные средства обработки деловой информации; владеть: – навыками работы со специализированными кадровыми компьютерными программами.

	информационные системы при решении задач управления персоналом	
ПК-28	Способность знать корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владеть навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять информационные технологии для решения управленческих задач <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - количественными методами решения типовых организационно- управленческих задач; - программами для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий; - специализированными кадровыми компьютерными программами

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина ФТД.В.02 Рынок информационных продуктов и услуг относится к факультативной части.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении дисциплин: Исследование систем управления, Основы маркетинга и Экономическая теория.

Рынок информационных продуктов и услуг представляет основу для изучения дисциплин: Системная архитектура информационных систем; Управление информационными системами.

Такое системное междисциплинарное изучение направлено на достижение требуемого ФГОС уровня подготовки по квалификации бакалавр.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Распределение объема дисциплины по формам обучения

Форма обучения	Курс	Семестр	Трудоемкость дисциплины в часах						Курсовая работа (проект), контрольная работа, реферат, РГР	Вид промежуточной аттестации
			Всего часов	Аудиторных часов	Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Самостоятельная работа		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Очная	3	5,6	72	35	17	-	18	37	-	зачет
Заочная	4	-	72	8	4	-	4	60	-	зачет
Заочная (ускоренное обучение)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Очно-заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

3.2. Распределение объема дисциплины по видам учебных занятий и трудоемкости

Вид учебных занятий	Трудоемкость (час.)	в т.ч. в интерактивной, активной, инновационной формах, (час.)	Распределение по семестрам, час	
			5	6
1	2	3	4	5
I. Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	35	4	17	18
Лекции (Лк)	17	-	17	-
Практические занятия (ПЗ)	18	4	-	18
Групповые консультации	+	-		+
II. Самостоятельная работа обучающихся (СР)	37	-	19	18
Подготовка к практическим занятиям	18	-		18
Подготовка к зачету	9	-	9	-
III. Промежуточная аттестация зачет	+	-	-	+
Общая трудоемкость дисциплины . час.	72	-	36	36
зач. ед.	2	-	1	1

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Распределение разделов дисциплины по видам учебных занятий

- для очной формы обучения:

№ раздела и темы	Наименование раздела и тема дисциплины	Трудоемкость, (час.)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость; (час.)		
			учебные занятия		самостоятельная работа обучающихся
			лекции	Практические работы	
1	2	3	4	5	6
1.	Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»	4	2	2	-
1.1.	Введение. Основные термины и понятия.	4	2	2	-
2.	Информация и бизнес	10	4	4	2
2.1.	Рынок информационных ресурсов	5	2	2	1
2.2.	Технология Internet в бизнесе	5	2	2	1
3.	Мировые информационные ресурсы и их использование	20	5	6	9
3.1.	Базы данных как информационный ресурс.	5	1	-	4
3.2.	Сетевые технологии как мировой информационный ресурс	5	1	2	2
3.3.	Мировые информационные сети	5	2	2	1
3.4.	Оценка эффективности использования мировых информационных ресурсов	5	1	2	2
4.	Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры	38	6	6	26
4.1	Компьютерная информационная гиперсреда	8	2	3	3
4.2	Связь между абонентами Internet	10	2	3	5
4.3	Познавательные и развлекательные технологии Internet	10	1	-	9
4.4	Реклама Internet	10	1	-	9
	ИТОГО	72	17	18	37

- для заочной формы обучения:

№ раздела и темы	Наименование раздела и тема дисциплины	Трудоемкость, (час.)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость; (час.)		
			учебные занятия		самостоятельная работа обучающихся
			лекции	Практические работы	
1	2	3	4	5	6
1.	Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»	6	1	-	5
1.1.	Введение. Основные термины и понятия.	6	1	-	5
2.	Информация и бизнес	11	2	2	7
2.1.	Рынок информационных ресурсов	5	1	2	2
2.2	Технология Internet в бизнесе	6	1	-	5
3.	Мировые информационные ресурсы и их использование	20	3	2	15
3.1.	Базы данных как информационный ресурс.	5	1	2	2
3.2.	Сетевые технологии как мировой информационный ресурс	5	1	-	4
3.3.	Мировые информационные сети	5	1	-	4
3.4	Оценка эффективности использования мировых информационных ресурсов	5	-	-	4
4.	Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры	31	3	4	24
4.1	Компьютерная информационная гиперсреда	10	2	2	6
4.2	Связь между абонентами Internet	10	1	2	7
4.3	Познавательные и развлекательные технологии Internet	5	-	-	5
4.4	Реклама Internet	6	-	-	6
		68	4	4	60

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам и темам

<i>№ раздела и темы</i>	<i>Наименование раздела и темы дисциплины</i>	<i>Содержание лекционных занятий</i>	<i>Вид занятия в интерактивной , активной, инновационно й формах, (час.)</i>
1	2	3	4
1.	Предмет и основные задачи курса.		
1.1.	Введение. Основные термины и понятия.	<p>1.1. Введение. Основные термины и понятия</p> <p>Современный этап развития человечества характеризуется стремительным ростом социального и экономического значения информации. Согласно статистике, перераспределения трудовых ресурсов из сферы материального производства и обслуживания в информационную сферу привело к тому, что уже сейчас в информационной сфере развитых стран работает более 50% занятого населения.</p> <p><i>Два основных показателя</i>, каждый из которых убедительно свидетельствует о наступлении века информации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) время удвоения объема накопленных научных знаний составляет уже 3-4 года; 2) материальные затраты на хранение, передачу и переработку информации превышают аналогичные расходы на энергетику. <p>Термин «информация» происходит от латинского слова «informatio» - разъяснение, осведомление, изложение.</p> <p><i>Информацию передают:</i> Устно и письменно, с помощью электрических сигналов и радиоволн;</p> <p><i>Информацию получают:</i> С помощью органов чувств, электрических датчиков фото и видеокамер.</p> <p>В широком смысле информация - общенаучное понятие, включающее в себя обмен сведениями между людьми, обмен сигналами между живой и неживой природой, людьми и устройствами.</p> <p>Информация - это сведения об объектах и явлениях окружающей среды, их параметрах, свойствах и состояниях, которые уменьшают имеющиеся о них степень неопределенности, неполноты знаний.</p> <p>С XX века взгляд на информацию распространился как на общественный ресурс, аналогичный материальным, трудовым и денежным ресурсам.</p> <p>Информация - это новые сведения, позволяющие улучшить процессы, связанные с преобразованием вещества, энергии и самой информации.</p> <p>Информация неотделима от процесса информирования, поэтому необходимо учитывать источник информации и ее потребителей, так как информация - это новые сведения, принятые, понятые и оцененные конечными потребителями как полезные. Информация, представленная на недоступном для понимания языке является бесполезной. Информацией являются сведения, расширяющие запас знаний конечного потребителя об окружающем мире. Часто информацию сравнивают со словом «данные», но это не одно и то же. Данные могут рассматриваться как признаки или записанные наблюдения, которые по каким-то причинам не используются, а только хранятся. Когда появляется возможность использовать данные, они превращаются в информацию.</p> <p>Информационные ресурсы - документы и массивы документов в информационных системах.</p> <p>Термин <i>информационные ресурсы</i> стал использоваться в научной литературе после публикации известной монографии Г.Р. Громова «Национальные информационные ресурсы: проблемы промышленной эксплуатации». Сейчас он еще не имеет однозначного толкования, несмотря на то, что это понятие является одним из</p>	

		<p>ключевых в проблеме информатизации общества. Важной является проблема понимания сущности информационного ресурса, как формы представления данных и знаний, его роли в социальных процессах, а также закономерности формирования, преобразования и распространения различных видов информационных ресурсов общества.</p> <p>Информационный потенциал становится таким же важным экономическим и социальным фактором развития, как энергетический, промышленный и оборонный потенциал, а также образовательный потенциал.</p> <p>В понятие информационный потенциал общества включаются не только весь индустриально технологический комплекс средств информации, той или иной страны, но также и сеть научно-исследовательских, учебных, административных, коммерческих и других организационных и социальных институтов, деятельность которых содействует эффективному использованию информационных ресурсов, а также подготовки для этих целей необходимого количества специалистов соответствующего профиля. В связи с этим особую актуальность приобретает проблема повышения информационной культуры общества, то есть степени его подготовки к эффективному использованию информационных ресурсов и продуцированию новых знаний.</p> <p>Информационное общество - это общество, в котором большая часть населения занята получением, переработкой, передачей и хранением информации.</p> <p>В качестве критериев развитости информационного общества можно выбрать три:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие компьютеров, - уровень развития компьютерных сетей, - количество населения, занятого в информационной сфере, <p>а также использующего информационные и коммуникационные технологии в своей повседневной деятельности.</p> <p>Информационная культура. Количество информации в современном обществе стремительно нарастает, человек оказывается погруженным в море информации. Поэтому необходимо обладать информационной культурой, то есть знаниями и умениями в области информационных и коммуникационных технологий, а также быть знакомым с юридическими и этическими нормами в этой сфере.</p> <p>Рассмотрев вышеизложенное, можно сделать следующие выводы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - национальные мировые информационные ресурсы являются экономическими категориями; - экономическая информация - это часть информационного ресурса общества; - эффективность использования информационных ресурсов - важнейший показатель информационной культуры общества; - национальные информационные ресурсы общества - часть экономической мощи государства. <p>Национальные информационные ресурсы - новая экономическая категория. Следует подчеркнуть, что политические и военные информационные факторы относятся к числу традиционно наиболее понятных, тысячелетиями развиваемых аспектов использования информационных ресурсов. Исторически новым оказался наблюдаемый за последние десятилетия в промышленно развитых странах стремительный рост экономической значимости народнохозяйственных аспектов национальных информационных ресурсов. Корректная постановка вопроса о количественной оценке этих ресурсов и их связи с другими экономическими категориями еще ожидает разработки и потребует длительных совместных усилий специалистов и ученых самых разных областей знаний.</p> <p><i>На мировом рынке результаты промышленной эксплуатации национальных информационных ресурсов представлены в настоящее время тремя основными видами экспорта:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - экспортом овеществленных в наукоемких изделиях промышленности результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР); - невидимым экспортом результатов НИОКР - патентами, лицензиями и т. д.; - экспортом менеджмента - продажей технологии в области организации и управления производством. <p>Информационные ресурсы - это непосредственный продукт интеллектуальной деятельности наиболее квалифицированной и творчески активной части трудоспособного населения страны. Вклад в формирование национальных информационных ресурсов вносят представители практически всех основных профессиональных групп.</p>	
--	--	--	--

		<p>Классификация мировых информационных ресурсов</p> <p>1) Государственные (национальные) информационные ресурсы</p> <p>Государственные информационные ресурсы - информационные ресурсы, полученные и оплаченные из федерального бюджета.</p> <p>Содержание государственных информационных ресурсов (примеры): деятельность государственных органов власти, правовая информация, биржевая и финансовая информация, коммерческая информация.</p> <p>2) Информационные ресурсы предприятий</p> <p>Информационные ресурсы предприятий – информационные ресурсы, созданные или накопленные на предприятиях и в организациях.</p> <p>Содержание информационных ресурсов предприятия (примеры): информационное обеспечение хозяйственной деятельности, планирование и оперативное управление деятельностью предприятия, бизнес-планы, внешнеэкономическая деятельность.</p> <p>3) Персональные информационные ресурсы</p> <p>Персональные информационные ресурсы – информационные ресурсы, созданные и управляемые каким-либо человеком и содержащие данные, относящиеся к его личной деятельности.</p> <p>Мировые информационные ресурсы подразделяются на три сектора:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сектор деловой информации; - сектор научно-технической и специальной информации; - сектор массовой потребительской информации. 	
2.	Информация и бизнес		
2.1.	Рынок информационных ресурсов	<p>Рынок информационных продуктов и услуг (информационный рынок) — система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе.</p> <p>Структуры, которые работают на информационном рынке, предлагают потребителю следующие виды услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> - непосредственный доступ к базам данных - режим on-line; - пакетный доступ к базам данных - режим off-line; - в виде баз данных на дискетах и компакт-дисках; - в виде консультаций, оказываемых специалистами в области информационных ресурсов; - в виде обучения доступу к мировым информационным ресурсам. <p><i>Современный информационный рынок можно разделить на четыре области:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. электронная информация, 2. электронные сделки, 3. системы сетевых коммуникаций, 4. программное обеспечение. <p>В свою очередь рынок электронной информации состоит из 4 секторов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. деловая информация, 2. юридическая информация, 3. информация для специалистов, 4. массовая или потребительская информация. <p><i>К наиболее предоставляемым услугам распространения относят:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> · телекоммуникационные услуги (обмен сообщениями в режиме электронной почты как между пользователями одной сети, так и между разными сетями; обмен сообщениями в телеконференциях и телесеминарах; организация электронных бюллетеней, электронных новостей; организация общения в режиме запрос-ответ; передача больших массивов информации в файлах, тиражирование информации и передача по определенному списку адресов; выдача копий сообщений по запросу абонента), · информационные услуги (поиск информации по запросам в справочных системах), · консультационные услуги (консультации по программному сетевому обеспечению, консультации по технологии использования общественных ресурсов в сети и обучение навыкам работы с компьютером и техническими средствами), · технические услуги (установка и обслуживание программного обеспечения и тестирование техники и программ), · рекламные услуги. <p><i>Основными участниками рынка информационных услуг являются:</i></p> <p>производители информации, продавцы информации или вендоры,</p>	

		<p>пользователи информации.</p> <p>На сегодняшний момент наиболее распространенным средством доступа к информационным ресурсам являются компьютерные сети, а самым прогрессивным способом получения информации – интерактивный диалоговый режим (on-line).</p> <p>Рынок информационных онлайн-услуг включает в себя следующие <i>сегменты</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. компьютеризированные системы резервирования и финансовые 2. информационные службы 3. БД, ориентированные на массового пользователя 4. профессиональные БД. <p>Кроме онлайн-баз данных, существуют БД локального доступа, например - хранящиеся на CD-ROM.</p> <p>В России создается все больше проектов направленных на интеграцию российского потребителя информации и информационных услуг в мировой пространство.</p>	
2.2	Технология Internet в бизнесе	<p>На современном этапе развития электронных средств бизнеса можно выделить два основных направления использования Internet в бизнесе (это технологии Internet для бизнеса) и бизнес в Internet-пространстве [Кузнецов С. Интернет в бизнесе и бизнес в Интернете. www.citforum.ru/internet/].</p> <p>Первый подход (Internet в бизнесе) используется чуть ли не с самого момента зарождения Internet. Любой компании необходимы информационное сопровождение своих бизнес-процессов, а также информационное взаимодействие в режиме <i>online</i> с внешней средой: филиалами в других городах и странах, клиентами, поставщиками - надежное и желательно недорогое. Те компании, которые первыми стали использовать электронную почту и <i>телеконференции</i>, на некоторое время получили конкурентное преимущество - развитые технологии позволяют практически мгновенно обмениваться качественной <i>мультимедиа</i>-информацией. Компании стали обзаводиться информационными витринами (сайтами), а многопрофильные компании и корпорации - <i>информационными порталами</i> (Enterprise Information Portal - EIP), которые очень быстро стали не только представлять "лицо" компании в бизнесе, но и превратились в один из мощных инструментов управления бизнесом.</p> <p><i>Информационный портал</i> представляет собой "системную многоуровневую совокупность различных информационных ресурсов и сервисов организации, интегрирующую различные источники данных и отдельные функциональные системы, с единой точкой входа и унифицированными правилами представления и обработки информации".</p> <p><i>С технологической точки зрения</i> портал представляет собой сервер приложений, который может запускать стандартные "портальные" компоненты и гарантирует надежность и масштабируемость системы, а также берет на себя вопросы контроля прав доступа.</p> <p><i>С точки зрения визуализации</i> это отображающая часть информационной системы, обеспечивающая пользователей единым авторизованным персонализированным доступом к внутренним и внешним информационным ресурсам и бизнес-приложениям.</p> <p><i>С точки зрения реализации основной деятельности</i> это новая концепция организации рабочих мест сотрудников с доступом ко всей информации, необходимой для выполнения ими предписанных функций.</p> <p><i>С точки зрения управления организацией</i> - интегрированная система управления распределенными информационными ресурсами и система информационного сопровождения всей деятельности организации. Портал строится на базе Web-технологий, в его основе лежит ядро, обеспечивающее работу всех сервисов и <i>интеграцию данных</i> и приложений. <i>Пользовательские функции</i> реализуются посредством специализированных программных модулей - портлетов.</p> <p>Создание и эффективное использование Web-порталов открывает принципиально новые возможности для использования Internet-технологий в бизнесе, позволяя:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оперативно размещать и развивать информационные ресурсы организации; • ускорить доступ к информации по тематике портала - в любой момент, в любой точке нахождения и для любого заинтересованного пользователя; • повысить информативность лиц, занимающихся подготовкой принятия решения; • формировать "клуб друзей организации" - заинтересовывать 	

		<p>потенциальных заказчиков и клиентов качественными продуктами и услугами, системами скидок и бонусов, аккумулировать дополнительные финансовые ресурсы за счет привлекательных <i>инвестиционных проектов</i> и более активного использования информационных ресурсов организации широким кругом внешних пользователей;</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизировать рекламный бюджет и ИТ-расходы организации (за счет организации Web-сервисов коллективного пользования); • интегрировать информационные ресурсы организации с ресурсами поставщиков, партнеров по бизнесу, мировыми информационными ресурсами; • повысить качество управления процессами, информационной безопасностью и деятельностью организации в целом. <p>Перечислим некоторые преимущества, которые дает Internet для бизнеса.</p> <p><i>Низкие затраты.</i> Применение Internet-технологий для небольших и средних компаний существенно снижает затраты на создание, и главное - на эксплуатацию собственной распределенной <i>корпоративной сети</i>.</p> <p><i>Открытость.</i> Сетевые технологии являются полностью открытыми, потому что они основаны на стандартизированных и доступных каждому пользователю протоколах и форматах. Большое количество разработчиков прикладных пакетов осуществляет поддержку технологий в <i>открытой среде</i>. В связи с этим на рынке специализированного программного обеспечения доступно много продуктов, что обеспечивает доступность и хороший выбор.</p> <p><i>Устойчивость.</i> Существует два критических фактора для успеха тех или иных технологий на рынке - надежность и масштабируемость. Internet/<i>Intranet</i>-технологии на сегодняшний день являются испытанными и надежными, так как эти технологии развиваются в течение длительного периода и используются миллионами людей во многих странах мира. Например, серверы компании <i>Netscape</i> фиксируют до 40 миллионов обращений в день.</p> <p><i>Доступ к максимально широкой аудитории.</i> Создав свою "виртуальную витрину" в World Wide Web, коммерческое предприятие получает доступ к любому заинтересованному пользователю и может напрямую взаимодействовать с потенциальными покупателями, предоставляя возможность полностью осуществить принцип "в любом месте в любое время".</p> <p><i>Снижение расходов на маркетинг и поддержку.</i> Значительно уменьшаются расходы на традиционную рекламу, так как компания может размещать ее на собственном сайте в любых разумных количествах. Электронное распространение и поиск нужной информации обходится гораздо дешевле, чем на обычных бумажных носителях. При этом скорость распространения несравнимо выше. Электронную информацию можно постоянно обновлять, причем в автоматическом режиме. Всемирное распространение WWW открывает доступ практически в любой уголок Земли, что в сочетании с технологиями <i>электронной коммерции</i> открывает путь на недостижимые до этого рынки.</p> <p><i>Эффективное обеспечение работы компаний с распределенным производством.</i> Многие компании имеют филиалы и подразделения в других районах и других странах, где имеется избыток либо дешевой рабочей силы, либо других ресурсов. Информационные системы, включающие средства Internet, позволяют осуществлять эффективное руководство разветвленными сетями производства и сбыта в режиме <i>online</i>.</p> <p><i>Экономичное представление сотрудникам корпоративной и конфиденциальной информации.</i> Внутрикорпоративные пространства <i>Intranet</i> с успехом используются как <i>централизованные хранилища</i> документов, с которыми постоянно работают сотрудники компании или с которыми руководство считает нужным их ознакомить. <i>Intranet</i> экономит время, устраняет необходимость изготовления и распространения печатных документов. Каждый сотрудник может обращаться к огромным массивам данных вне зависимости от того, где он находится и какую платформу он задействует.</p> <p>Темпы развития Internet чрезвычайно высоки. Все большее количество предприятий используют Internet/<i>Intranet</i>- технологии. В частном секторе все больше <i>абонентов</i> подключаются к Сети, применяя для подключения такие скоростные технологии, как кабельные модемы, линии <i>XDSL</i> и <i>IDSL</i>, гибридные спутниковые системы.</p> <p>Второй подход (Бизнес в Internet) основан на понимании того,</p>	
--	--	---	--

что современный Internet является сложившимся информационным виртуальным пространством, которое доступно любому пользователю Сети в любое время в любой точке Земли. Любой полноценный клиент Internet может автоматически стать частью этого виртуального мира, создав и предоставив другим пользователям новую частицу информации (рис).



Новейшие концепции и средства Internet активно применяются при решении классических вопросов бизнеса: "Что делать?", "Где взять для этого средства?", "Кто есть кто?", "У кого купить и кому продать?", "Как это сделать, чтобы извлечь максимальную выгоду?". Очень существенны перспективы использования Internet в банковском деле, в проведении маркетинга, при оказании услуг, при продажах, рекламе, аналитическом исследовании рынка, общении с поставщиками и заказчиками. Особая статья - отслеживание деятельности конкурентов и защита своей жизненно важной информации. Для этого, конечно, особенно важны средства повышения *безопасности информации* в Сети.

Интерактивный характер взаимодействий в Internet позволяет предоставлять виртуальные (но в то же время вполне реально доступные) услуги: сетевые библиотеки, видеотеки, конференции, магазины и т. д. Возможность интерактивного взаимодействия позволяет пользователям, не выходя из офиса или дома, делать покупки в Internet-магазинах, оплачивать услуги, играть на бирже, получать образование, повышать культурный уровень.

В настоящее время сформировались два понятия - *электронный бизнес* и *электронная коммерция*, которые при всем внешнем сходстве имеют существенные различия.

Электронный бизнес (e-Business) означает осуществление и автоматизацию бизнес-процессов, а также повышение эффективности деятельности предприятия за счет повсеместного применения достижений из области Web-технологий. При этом фокус *деловой активности* перемещается на максимальное использование преимуществ внутренних и внешних связей компании в глобальных информационных сетях.

В электронном бизнесе можно выделить четыре слоя: Internet-инфраструктура, *Internet-услуги*, информационные посредники, *электронная коммерция*. Инфраструктура реализуется телекоммуникационными компаниями и производителями программного обеспечения, компьютерного и сетевого оборудования. Услуги предоставляются Internet сервис-провайдерами, обеспечивающими транзакции в сети, и владельцами каналов связи. Инфраструктура услуг посредников включает службы, консультационные и обслуживающие компании, обеспечивающие создание Web-страниц и управление их содержанием (*Content Management System - CMS*), поисковые машины, базы данных и мультимедиа-применения. Каждый участник этого слоя активно способствует реализации электронной коммерции.

Электронная коммерция (e-Commerce) является важнейшей составной частью *электронного бизнеса*. Это вид бизнеса, при котором взаимодействия (транзакции) между участниками коммерческих сделок происходят с помощью информационных технологий (электронные платежи, *электронная цифровая подпись* и пр.) или посредством Internet.

3.	Мировые информационные ресурсы и их использование		
3.1.	Базы данных как	База данных (БД) - это данные, организованные в виде	

	информационный ресурс.	<p>набора записей определенной структуры и хранящиеся в файлах, где, помимо самих данных, содержится описание их структуры. Система управления базами данных (СУБД) - это система, обеспечивающая ввод данных в БД, их хранение и восстановление в случае сбоев, манипулирование данными, поиск и вывод данных по запросу пользователя.</p> <p><i>По функциональному назначению базы данных делят на:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● системы оперативной обработки транзакций (OLTP-системы, Online Transaction Processing); ● системы делового анализа / хранилища данных (OLAP-системы, Online Analysis Processing). <p>Базы данных, ориентированные на оперативную обработку транзакций, и базы данных, предназначенные для делового анализа, используются совершенно по-разному и служат разным целям. Базы данных оперативной обработки транзакций — это основа каждодневного функционирования предприятия: принятие заказов клиентов, учет сырья, складской учет, учет оплаты продукции, т.е. главным образом учетные функции. Базы данных делового анализа используются для принятия решений на основе сбора и анализа большого объема информации. Их главные пользователи — это менеджеры, служащие планового отдела и отдела маркетинга. Если в базах данных оперативной обработки транзакций основные операции — это небольшие по объему транзакции, состоящие из простых запросов на как на выборку, так и на вставку и обновление небольшого количества строк, то в базах данных делового анализа практически 100% операций являются операциями выборки (чтения) строк, причем количество отбираемых (анализируемых) строк может достигать нескольких миллионов.</p> <p>Профессиональные базы данных</p> <p>Одной из форм предоставления информационных услуг потребителю является обеспечение его доступа к профессиональным базам данных научно-технической, деловой, правовой и другой информации. Развитие международного экономического сотрудничества определило потребность в создании мировых информационных корпораций.</p> <p>Содержание баз данных отражает потребности пользователей. Если первоначально потребители запрашивали главным образом научно-техническую информацию, то в настоящее время их основной интерес направлен на информацию, касающуюся бизнеса, торговли и промышленности. Большой интерес также проявляется к патентной и правовой информации.</p> <p>Тематика баз данных: Бизнес; Потребительская информация; Медицина и биология; Гуманитарные дисциплины; Правовая информация; Политематическая информация; Новости; Общественные науки; Научно-техническая информация</p> <p>По своей форме информационные ресурсы, содержащиеся в базах данных, могут быть разделены на числовые (фактографическая информация) и текстовые. Объемы текстовых баз данных значительно превышают объемы числовых баз, и этот разрыв все более увеличивается с течением времени. Доля американских баз данных в общем объеме мировых баз данных составляет 70 %.</p>	
3.2.	Сетевые технологии как мировой информационный ресурс	<p>Общая схема передачи информации включает в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> · отправителя информации; · канал передачи информации; · получателя информации. <p>Основной характеристикой каналов передачи информации является их пропускная способность (скорость передачи информации).</p> <p>Пропускная способность канала равна количеству информации, которое может передаваться по нему в единицу времени. Обычно пропускная способность измеряется в битах в секунду (бит/с) и кратных единицах Кбит/с и Мбит/с. Однако иногда в качестве единицы измерения используется байт в секунду (байт/с) и кратные ему единицы Кбайт/с и Мбайт/с.</p> <p>Создание компьютерных сетей вызвано практической потребностью совместного использования информации пользователями, работающими на удаленных друг от друга компьютерах. Сети предоставляют пользователям возможность не только быстрого обмена информацией, но и совместного использования принтеров и других периферийных устройств и даже одновременной работы с документами.</p> <p>Локальная сеть объединяет компьютеры, установленные в одном помещении, или в одном здании. В небольших локальных сетях все компьютеры обычно равноправны, то есть пользователи самостоятельно решают, какие ресурсы своего компьютера (диски, каталоги, файлы) сделать общедоступными по сети. Такие сети</p>	

		<p>называются одноранговыми.</p> <p>Если к локальной сети подключено более 10 компьютеров, одноранговая сеть может оказаться недостаточно производительной. Для увеличения производительности, а также в целях обеспечения большей надежности при хранении информации в сети некоторые компьютеры специально выделяются для хранения файлов и программных приложений. Такие компьютеры называются <i>серверами</i>, а локальная сеть — <i>сетью на основе сервера</i>.</p> <p>Общая схема соединения компьютеров в локальной сети называется <i>топологией сети</i>. Топологии сети могут быть различными.</p> <p>Варианты соединения компьютеров между собой:</p> <ul style="list-style-type: none"> · <i>Линейная шина</i> - кабель проходит от одного компьютера к другому, последовательно соединяя компьютеры и периферийные устройства между собой; · «Звезда» - к каждому компьютеру подходит отдельный кабель из одного центрального узла(более мощный компьютер). <p>Многие организации, заинтересованные в защите информации от несанкционированного доступа (например, военные, банковские и пр.), создают собственные, так называемые корпоративные сети. Корпоративная сеть может объединять тысячи и десятки тысяч компьютеров, размещенных в различных странах и городах (в качестве примера можно привести сеть корпорации Microsoft — Microsoft Network (MSN)).</p> <p>Особенностью глобальных сетей является большая протяженность линий связи, объединяющих локальные сети. Причем такие соединения являются соединениями типа «точка-точка», когда сетевой кабель используется для передачи информации только между двумя компьютерами (или другим сетевым оборудованием), соединенным этим кабелем. Существуют следующие типы каналов, используемых для соединения локальных сетей (или отдельного пользователя с локальной сетью):</p> <ul style="list-style-type: none"> · выделенная линия (связь между двумя сетевыми устройствами существует постоянно); · коммутируемая линия (связь с другим сетевым устройством (возможно с несколькими) устанавливается только при необходимости). <p>Существуют различные типы выделенных и коммутируемых линий: аналоговые телефонные линии, цифровые линии PDH (с интерфейсами T1/E1, T2/E2, T3/E3), цифровые линии SONET/SDH, цифровые линии ISDN (более точно: сети ISDN), асимметричные цифровые абонентские линии ADSL.</p>	
3.3.	Мировые информационные сети	<p>Образование глобальных сетей в России началось в 1990г. На российском рынке глобальных вычислительных сетей наиболее активно и эффективно функционируют следующие сетевые структуры:</p> <p>Internet России с 1990г. объединяет более 300 тысяч машин, среди них научные, учебные, просветительские организации, банки, биржи, частные лица, агентства.</p> <p>Сеть LASNET. Она создана в 1995г. институтом автоматизированных сетей. Эта сеть предоставляет услуги в области электросвязи.</p> <p>Сеть РОСПАК. Создана АО Интerteлеком, имеет свои узлы в 50 городах России, зарегистрирована в международном союзе электросвязи. Обеспечено взаимодействие с отечественными и зарубежными ТВС.</p> <p>Сеть Исток-К - разработчики и держатели сети Концернтелеком. Она реализована на отечественных технических средствах и представляет собой совокупность центров коммутации пакетов и сообщений, соединенных стандартными каналами государственной сети связи.</p> <p>Сеть РЕЛКОМ - сеть документального обмена общего пользования, разработанная в институте имени Курчатова. В качестве национальной стала частью европейской сети EVNET и имеет выход в Internet.</p> <p>«Спринт-сети» - созданы российскими телеграфами. Являются сетями передачи данных и документооборота, обеспечивают выход в международные сети.</p> <p>АКАДЕМ СЕТЬ - ведомственная сеть, созданная всероссийским НИИ прикладных автоматических систем, предназначенных для обеспечения доступа научных и исследовательских организаций к базам данных информационных центров. Это открытая неоднородная ИВС (информационная вычислительная система) с коммутацией пакетов. Основные ее компоненты - коммутационные и терминальные системы, а также рабочие системы на базе ЭВМ.</p> <p>ИНФОТЕЛ - представляет собой сеть передачи данных и</p>	

		<p>документооборота. В сети реализованы международные стандарты и рекомендации по сетям передачи данных общего пользования. Она взаимодействует со 190 зарубежными сетями. Основные услуги: передача текстовых и двоичных файлов, интерактивный доступ к информационным вычислительным ресурсам, выход в другие телекоммуникационные сети.</p> <p>Сеть FIDONET - некоммерческая сеть, представляющая собой совокупность многочисленных электронных досок объявлений, объединенных в сеть, где в качестве средств связи используются обычные коммутированные телефонные каналы. Сеть Fidonet имеет иерархическую структуру. Все узлы объединяются по схеме: в пределах одного города, района, области формируется сеть, руководство которой осуществляет сетевой коридор.</p> <p>3.3.1 Internet как новая среда делового общения</p> <p>Internet предоставляет беспрецедентные возможности для формирования индивидуального взаимодействия между компаниями и их клиентами. Эти возможности находятся в тесной взаимосвязи с современными тенденциями успешного ведения бизнеса, среди которых одним из главных конкурентных преимуществ является умение налаживать и поддерживать взаимодействие со своими клиентами для роста их удовлетворенности и лояльности к компании.</p> <p>Для поддержания заданного уровня продаж компания должна учитывать два основных направления в своей деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> · привлечение новых покупателей; · поддержание отношений с существующими. <p>С точки зрения экономической выгоды, гораздо дешевле поддерживать взаимоотношения с постоянным покупателем, чем найти нового.</p> <p>Наибольшего развития в сфере услуг, предоставляемых через Internet, получили финансовые услуги, к которым относятся следующие <i>виды деятельности</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> · предоставление банковских услуг через Internet; · предоставление услуг по работе на валютном и фондовом рынках через Internet; · Internet-страхование - предоставление услуг страхования через Internet. <p>Первостепенным элементом полноценной системы финансовых услуг являются <i>сектор банковских услуг</i>. Он позволяет обеспечить проведение расчетов и контроль над ними со стороны всех участников финансовых отношений. Кроме очевидных преимуществ для корпоративных пользователей, многие из которых уже сегодня готовы перейти от систем «банк-клиент» к управлению финансовыми средствами через Internet, система должна удовлетворять и запросы частных пользователей. Так, открыв единый счет в банке, установившем у себя систему банковского обслуживания через Internet, пользователь должен получить возможность не вставая из-за компьютера вести расчеты с поставщиками услуг Internet, сотовой и пейджинговой связи, осуществлять платежи за коммунальные услуги, совершать покупки в виртуальных магазинах и многое другое.</p> <p>Вторым элементом системы финансовых услуг в Сети является <i>сектор услуг по работе на валютном и фондовом рынках</i>. Он позволяет всем желающим участвовать в торгах на биржевых площадках, на равных правах с инвестиционными компаниями и банками. Высокая доходность спекулятивных операций на валютных и фондовых рынках привлекает огромное количество людей по всему миру и делает его одним из самых быстроразвивающихся в Internet.</p> <p>И, наконец, третьим элементом является <i>Internet-страхование</i>. Оно предоставляет клиенту классический набор страховых услуг, соглашение о предоставлении, все платежи по которым осуществляются через Internet. Услуги Internet-страхования в России уже оказывают такие лидеры рынка, как «Группа Ренессанс Страхование», «РОСНО», «Ингосстрах», а также ряд других.</p> <p>3.3.2. Средства поиска информации в Internet</p> <p>Для того, чтобы просмотреть HTML-страницу, достаточно просто ввести ее URL-адрес в строке адреса Web-браузера, а затем следовать по гиперссылкам. Но именно в этом и заключается основная проблема - как узнать адрес страницы? Чаше всего бывает так, что известно то, что необходимо найти, но неизвестно где именно искать. Для решения этой проблемы существуют специальные поисковые системы.</p> <p>С точки зрения пользователя, <i>поисковая система</i> — это обычный сайт на главной странице которого находятся разбитые по рубрикам («Спорт», «Бизнес», «Компьютеры» и т.п.) ссылки на другие</p>	
--	--	--	--

сайты. Кроме того, поисковая система позволяет пользователю ввести несколько ключевых слов и возвращает ссылки на страницы, содержащие эти ключевые слова.

Самыми известными поисковыми системами по русским ресурсам Internet являются:

- Яндекс - www.yandex.ru (www.ya.ru);
- Rambler - www.rambler.ru;
- Google - www.google.ru;
- Mail - www.mail.ru;
- Aport - www.aport.ru.

Наиболее известные поисковые системы по англоязычным ресурсам:

- www.altavista.com
- www.yahoo.com
- www.google.com
- www.infoseek.go.com

Язык запросов поисковой системы www.aport.ru

- WWW.LISTSOFT.RU
- WWW.TUCOWS.RU
- WWW.SHAREWARE.COM

3.3.3 Адресация в Internet

Для того чтобы в процессе обмена информацией компьютеры могли найти друг друга, в Internet существует единая система адресации, основанная на использовании IP-адреса.

Каждый компьютер, подключенный к Internet, имеет свой уникальный 32-битный (в двоичной системе) IP-адрес.

По формуле легко подсчитать, что общее количество различных IP-адресов составляет более 4 миллиардов:

$$N = 2^{32} = 4\,294\,967\,296.$$

Система **IP-адресации** учитывает структуру Internet, то есть то, что Internet является сетью сетей, а не объединением отдельных компьютеров. IP-адрес содержит адрес сети и адрес компьютера в данной сети.

Для обеспечения максимальной гибкости в процессе распределения IP-адресов, в зависимости от количества компьютеров в сети, адреса разделяются на три класса А, В, С. Первые биты адреса отводятся для идентификации класса, а остальные разделяются на адрес сети и адрес компьютера.

Например, адрес сети класса А имеет только 7 битов для адреса сети и 24 бита для адреса компьютера, то есть может существовать лишь $2^7 = 128$ сетей этого класса, зато в каждой сети может содержаться $2^{24} = 16\,777\,216$ компьютеров.

В десятичной записи IP-адрес состоит из 4 чисел, разделенных точками, каждое из которых лежит в диапазоне от 0 до 255. Например, IP-адрес сервера компании МТУ-Интел записывается как 195.34.32.11.

Достаточно просто определить по первому числу IP-адреса компьютера его принадлежность к сети того или иного класса:

- адреса класса А — число от 0 до 127;
- адреса класса В — число от 128 до 191;
- адреса класса С — число от 192 до 223.

Так, сервер компании МТУ-Интел относится к сети класса С, адрес которой 195, а адрес компьютера в сети 34.32.11.

Провайдеры часто предоставляют пользователям доступ в Internet не с постоянным, а с динамическим IP-адресом, который может меняться при каждом подключении к сети. В процессе сеанса работы в Internet можно определить свой текущий IP-адрес.

Доменная система имен (DNS) ставит в соответствие числовому IP-адресу компьютера уникальное доменное имя.

Доменные имена и IP-адреса распределяются международным координационным центром доменных имен и IP-адресов (ICANN), в который входят по 5 представителей от каждого континента (адрес в Internet www.icann.org).

Доменная система имен имеет иерархическую структуру:

- домены верхнего уровня
 - географические (двухбуквенные — каждой стране соответствует двухбуквенный код)
 - административные (трехбуквенные) (см. таблицу)
- домены второго уровня и так далее.

России принадлежит географический домен ru. Интересно, что давно существующие серверы могут относиться к домену su (СССР). Обозначение административного домена позволяет определить профиль организации, владельца домена.

Административные	Тип организации
com	Комерческа

		<table border="1"> <tr> <td>ed</td> <td>Образовательный</td> <td>d</td> </tr> <tr> <td>gov</td> <td>Правительство США</td> <td>jp</td> </tr> <tr> <td>int</td> <td>Международная</td> <td>ru</td> </tr> <tr> <td>mil</td> <td>Военная США</td> <td>su</td> </tr> <tr> <td>net</td> <td>Компьютерная сеть</td> <td>uk</td> </tr> <tr> <td>org</td> <td>Некоммерческая</td> <td>us</td> </tr> </table> <p>Так, компания Microsoft зарегистрировала домен второго уровня microsoft в административном домене верхнего уровня com, а Московский институт открытого образования (МИОО) — домен второго уровня metodist в географическом домене верхнего уровня ru. Имена компьютеров, которые являются серверами Internet, включают в себя полное доменное имя и собственно имя компьютера. Так, основной сервер компании Microsoft имеет имя www.microsoft.com, а сервер компании МИОО — iit.metodist.ru.</p>	ed	Образовательный	d	gov	Правительство США	jp	int	Международная	ru	mil	Военная США	su	net	Компьютерная сеть	uk	org	Некоммерческая	us	
ed	Образовательный	d																			
gov	Правительство США	jp																			
int	Международная	ru																			
mil	Военная США	su																			
net	Компьютерная сеть	uk																			
org	Некоммерческая	us																			
3.4	Оценка эффективности использования мировых информационных ресурсов	<p>Мировые ресурсы представляют собой масштабную систему, развитие которой может протекать в различных направлениях. Поэтому оценка эффективности использования мировых ресурсов производится по тем же правилам, что и оценка других систем.</p> <p>Эффективность системы - это в общем случае совокупность свойств, характеризующих качество функционирования системы, оцениваемое как соответствие требуемого и достигаемого результата.</p> <p>Основные этапы оценивания эффективности можно выделить следующим образом:</p> <p>Этап 1. <i>Определение цели оценивания.</i></p> <p>Можно выделить два типа целей: качественная - цель, достижение которой выражается в номинальной шкале или в шкале порядка; количественная - цель, достижение которой выражается в количественных шкалах. Определение цели должно осуществляться с позиции, в которой рассматриваемая система является элементом (подсистемой), т.е. с позиций надсистемы.</p> <p>Этап 2. <i>Измерение свойств систем,</i> признанных существенными для целей оценивания.</p> <p>Для этого выбираются соответствующие шкалы измерений свойств и всем исследуемым свойствам систем присваивается определенное значение на этих шкалах.</p> <p>Этап 3. <i>Обоснование предпочтений</i> — критериев качества и критериев эффективности функционирования систем на основе измеренных на выбранных шкалах свойств.</p> <p>Этап 4. <i>Собственно оценивание.</i></p> <p>Все исследуемые системы, рассматриваемые как альтернативы, сравниваются по сформулированным критериям и, в зависимости от целей оценивания, ранжируются, выбираются, оптимизируются и т. д.</p> <p>Существенные свойства в соответствии с представлением системы как семантической модели можно условно классифицировать не только по уровню сложности, но и по принадлежности к системообразующим (общесистемным), структурным или функциональным группам. Наиболее типичные показатели существенных свойств систем приведены в таблице 4.</p> <p>Таблица 4</p> <p>Типичные показатели существенных свойств систем</p> <p>В общем случае оценка функциональных свойств системы проводится как оценка двух аспектов:</p> <p>а) исхода (результатов) функционирования;</p> <p>б) «алгоритма», обеспечивающего получение результатов.</p> <p>Качество исхода и «алгоритм», обеспечивающий получение результатов, оцениваются по показателям качества. Показатели качества вводятся с учетом конкретных особенностей системы и условий ее функционирования.</p> <p>К основным укрупненным показателям качества операции относят результативность, ресурсоемкость, оперативность.</p> <p>Результативность <i>Э</i> характеризуется получаемым в результате целевым эффектом - результатом, ради которого функционирует система.</p> <p>Ресурсоемкость <i>R</i> характеризуется ресурсами всех видов (людскими, материально-техническими, энергетическими, информационными, финансовыми и т.п.), используемыми для получения целевого эффекта.</p> <p>Оперативность <i>O</i> характеризуется расходом времени, потребного для достижения цели.</p> <p>Первый аспект - оценка исхода операции учитывает, что</p>																			

		<p>операция проводится для достижения определенной цели - исхода операции. Под исходом операции понимается ситуация (состояние системы и внешней среды), возникающая на момент ее завершения. Для количественной оценки исхода операции вводится понятие показателя исхода операции (ПИО), вектора $Y_{исх} = \langle Y_3, Y_R, Y_O \rangle$, компоненты которого суть показатели его отдельных свойств, отражающие результативность, ресурсоемкость и оперативность операции.</p> <p>Второй аспект - оценка «алгоритма» функционирования - является ведущим при оценке эффективности. Такое утверждение основывается на теоретическом постулате, подтвержденном практикой: наличие хорошего «алгоритма» функционирования системы повышает уверенность в получении требуемых результатов. В принципе, требуемые результаты могут быть получены и без хорошего «алгоритма», но вероятность этого невелика. Это положение особенно важно для организационно-технических систем и систем, в которых результаты операции используются в режиме реального времени.</p> <p>Конкретный физический смысл показателей определяется характером и целями операции, а также качеством реализующей ее системы и внешними воздействиями.</p> <p>В отдельных системах в качестве показателей результативности могут рассматриваться показатели ресурсоемкости или оперативности, однако качество системы в целом определяется, подобно ПИО, их совокупностью $Y_{эф} = \langle Y_3, Y_R, Y_O \rangle$.</p> <p>В зависимости от типа систем и внешних воздействий операции могут быть детерминированными, вероятностными или неопределенными. В соответствии с этим выделяют три группы показателей и критериев эффективности:</p> <ul style="list-style-type: none"> – показатели и критерии эффективности функционирования систем в условиях определенности, если ПИО отражают один строго определенный исход детерминированной операции; – показатели и критерии эффективности функционирования систем в условиях риска, если ПИО являются дискретными или непрерывными случайными величинами с известными законами распределения в вероятностной операции; – показатели и критерии эффективности функционирования систем в условиях неопределенности, если ПИО являются случайными величинами, законы распределения которых неизвестны. 	
4.	Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры		
4.1	Компьютерная информационная гиперсреда	<p>Гипермедиа - это новая философия представления информации и доступа к ней. Информация, хранящаяся в истинной системе гипермедиа, должна быть представлена всеми возможными формами, которые может воспроизвести современный компьютер. Таким образом, посредством гипертекстовых связей, лежащих в основе компьютерной гиперсреды, гипермедиа совмещает в себе радио (аудио), телевидение (динамическое изображение), прессу (текст, рисунки, фотографии) и компьютер (видеотерминал).</p> <p>Важной чертой коммуникационной модели Internet является понятие эффекта присутствия, характеризующего процесс общения клиента с окружающей средой, состоящей из обстановки, помещения, рабочего места с компьютером и т. п., и среды, создаваемой компьютерными гиперсредствами.</p> <p>Соотношение степеней воздействия на клиента этих двух составляющих определяет степень эффекта присутствия</p> <p>Фактически все основные процессы взаимодействия современных средств массовой информации со своей аудиторией укладываются в рамки упрощенной модели коммуникации, характерной для традиционных средств массовой информации (см. рис. 1).</p>	



Рисунок 1. Модель коммуникационных процессов традиционных СМИ

В основе коммуникационной модели традиционных СМИ лежит процесс «один ко многим», при котором фирма передает информацию группе потребителей, используя средство коммуникации. Главной особенностью, лежащей в основе взаимодействия традиционных средств массовой информации с потребителями, является отсутствие интерактивного взаимодействия.

В отличие от этой модели, в основе Internet лежат два совершенно других принципа. При общении через Internet взаимодействие происходит через специфическую среду, которая вносит в него значительный вклад. Это хорошо иллюстрирует рис. 2.



Рисунок 2. Модель коммуникации с использованием информационной среды

В противоположность традиционным СМИ, реализующим push-модель доставки информации, в основе Internet лежит **pull-модель** (рис. 3), в которой информация предоставляется по запросу. Эта особенность среды Internet связана с активной ролью потребителей, обусловленной контролем над поиском информации за счет различных поисковых и навигационных механизмов. Это ставит перед фирмами, использующими Internet как среду коммерции, сложную задачу, заключающуюся в необходимости приложения максимума усилий для привлечения пользователей, и требует от них более пристального внимания к потребностям покупателей, новым подходам и современным технологиям.



Рисунок 3. Pull-модель доставки информации потребителям

Наблюдая за развитием технологий среды Internet, можно констатировать, что оно происходит путем синтеза push- и pull-моделей. Благодаря высокой функциональности Internet, всегда будет существовать возможность навигации пользователей в целях поиска необходимой информации или каких-либо ресурсов. С другой стороны, они всегда будут иметь возможность выбора интересующих их источников информации и возможности дальнейшего автоматического получения от них интересующих сведений - новостей, обзоров и т.д.

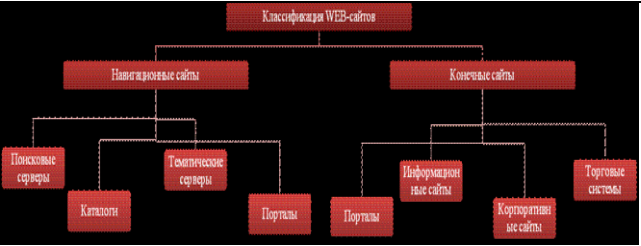
		<p>Рисунок 1. Модель коммуникационных процессов традиционных СМИ</p> <p>В основе коммуникационной модели традиционных СМИ лежит процесс «один ко многим», при котором фирма передает информацию группе потребителей, используя средство коммуникации. Главной особенностью, лежащей в основе взаимодействия традиционных средств массовой информации с потребителями, является отсутствие интерактивного взаимодействия.</p> <p>В отличие от этой модели, в основе Internet лежат два совершенно других принципа. При общении через Internet взаимодействие происходит через специфическую среду, которая вносит в него значительный вклад. Это хорошо иллюстрирует рис. 2.</p> <p>Рисунок 2. Модель коммуникации с использованием информационной среды</p> <p>В противоположность традиционным СМИ, реализующим push-модель доставки информации, в основе Internet лежит pull-модель (рис. 3), в которой информация предоставляется по запросу. Эта особенность среды Internet связана с активной ролью потребителей, обусловленной контролем над поиском информации за счет различных поисковых и навигационных механизмов. Это ставит перед фирмами, использующими Internet как среду коммерции, сложную задачу, заключающуюся в необходимости приложения максимума усилий для привлечения пользователей, и требует от них более пристального внимания к потребностям покупателей, новым подходам и современным технологиям.</p> <p>Рисунок 3. Pull-модель доставки информации потребителям</p> <p>Наблюдая за развитием технологий среды Internet, можно констатировать, что оно происходит путем синтеза push- и pull-моделей. Благодаря высокой функциональности Internet, всегда будет существовать возможность навигации пользователей в целях поиска необходимой информации или каких-либо ресурсов. С другой стороны, они всегда будут иметь возможность выбора интересующих их источников информации и возможности дальнейшего автоматического получения от них интересующих сведений - новостей, обзоров и т.д.</p>	
4.2	Связь между абонентами Internet	<p>Электронная почта. Представляет собой аналог хорошо известной системы общения через письма, отправляемые в конвертах с указанием места назначения и данных адресата, отличающаяся при этом тем, что письмо существует в виде электронного сообщения, которое отправляется с компьютера адресанта на почтовый сервер, а затем доставляется адресату на его почтовый ящик. Вся процедура при хороших условиях занимает не более 3-5 минут. Адрес почтового ящика представляет собой следующее:</p> <p>- имя@почтовый_сервер.код страны</p> <p>Письмо, как и обычное в конверте, может содержать различные вложения в виде графических (фотографии, рисунки), аудио (музыка, речь) и других видов файлов.</p> <p>Форумы. Ещё один способ общения в Интернете. Организацией обмена информации и общения между большим количеством собеседников, которым безынтересна тема того или иного обсуждения, которая, собственно, и является причиной концентрации этих людей в одном месте для вынесения её на всеобщее обсуждения. Отличие состоит в том, что при организации Интернет форумов не существует строгих ограничений на контингент участников – ими могут стать практически любые пользователи, зарегистрированные на том или ином форуме, не существует также и</p>	

		<p>временных рамок обсуждения темы – процесс продолжается до тех пор, пока тема интересна для собеседников.</p> <p><i>Форумы первого типа</i> обычно имеют научную или социально-политическую тематику и преследуют соответствующие цели в качестве которых может выступать решение каких-либо проблем, связанных с этой тематикой. Таким форумам присущи некоторая официальность и официально-деловой, научный или научно-публицистический стиль речи. Как правило, общение проходит в рамках русского национального литературного языка.</p> <p><i>Форумы второго типа</i> отличаются прежде всего тематикой – обсуждаться могут различные бытовые сферы жизни, общественные события или же работы творцов в области искусства (в т.ч. музыки, живописи, поэзии и прозы и т.д.), а также неофициальностью общения. Кроме того, в зависимости от контингента участников, без ограничений используются все средства языка.</p> <p>Чаты. Разновидность форумов, отличающаяся от них отсутствием какой-либо определенной научной или социальной тематики. Создаются они непосредственно для симуляции живого группового общения в основном молодых людей. Общение проходит в виде диалога часто незнакомых людей, преследующих цель – заведение знакомств. Подобно живому знакомству, для реализации указанной цели, как правило, существует несколько этапов: Участники, читая различные высказывания, находят близкого или интересного им человека с которым, поначалу, обмениваются общей информацией о себе, либо открыто предлагают ему познакомиться.</p> <p>В последние годы большую популярность приобрело интерактивное общение через серверы ICQ (эта трехбуквенная аббревиатура образована из созвучия слов «I seek you» — «Я ищу тебя»).</p> <p>Универсальные клиенты</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Miranda M</i> — многопротокольный клиент для Windows с открытым исходным кодом. Поддержка ICQ осуществляется при помощи одного из доступных плагинов (могущих отличаться по функциональности), один из которых входит в стандартный дистрибутив программы. Относится к свободному программному обеспечению и распространяется согласно GNU (General Public License). - <i>QIP Infium</i> — многопротокольный клиент для Windows, создаваемый разработчиками QIP2005. Поддерживает, помимо ICQ, протоколы Mail.ru Agent, XMPP и ряд других. - Клиенты, использующие <i>свободную многопротокольную библиотеку libpurple</i>, поддерживающую более десятка различных протоколов, в том числе и ICQ: <ul style="list-style-type: none"> <i>Pidgin</i> — кроссплатформенный свободный клиент на GTK2; <i>Adium</i> — свободный клиент для Mac OS X; <i>Proteus</i> — свободный клиент для Mac OS X; <i>Instantbird</i> — кроссплатформенный свободный клиент, основанный на XULRunner; <p>Альтернативные клиенты</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>QIP2005</i> — российский проприетарный бесплатный клиент для Windows. <i>&RQ</i> и его форки (R&Q и др.) <i>Licq</i> <i>stICQ</i> <i>iChat</i> <p>Специализированные клиенты</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Jimm</i> и его модификации — для мобильных телефонов и смартфонов. <i>Wapala</i> — мобильное приложение, имеющее модуль ICQ. Предназначено для мобильных телефонов с поддержкой Java MIDP 2.0. <i>Pigeon!</i> — клиент ICQ под Windows Mobile, позднее была добавлена поддержка ряда других сервисов. <i>Skype</i> (произносится «скайп») — бесплатное проприетарное программное обеспечение с закрытым кодом, обеспечивающее шифрованную голосовую связь через Интернет между компьютерами, а также платные услуги для связи с абонентами обычной телефонной сети. Программа также позволяет совершать конференц-звонки (до 25 голосовых абонентов, включая инициатора), видеозвонки (в том числе видеоконференции до 10 абонентов), а также обеспечивает передачу текстовых сообщений (чат) и файлов. Программные клиенты Skype выпущены для операционных систем: Windows, Mac OS X, Linux, iOS, Windows Mobile, Google Android, PSP, Symbian. <i>Мобильный Internet.</i> С мобильного телефона на компьютер, подключенный к Internet, и с компьютера на мобильный телефон можно отправлять SMS (Short Message Service - короткие текстовые сообщения). 	
--	--	---	--

		<p>Для беспроводного доступа с мобильных телефонов к информационным и сервисным ресурсам Internet используется протокол WAP (Wireless Application Protocol). Для работы в сети Internet по этому протоколу не нужны дополнительные устройства (компьютер и модем), достаточно одного мобильного телефона с поддержкой WAP.</p> <p>WAP-сайты располагаются на Web-серверах и представлены в специальном формате WML (Wireless Markup Language). Этот язык разметки специально адаптирован под небольшие возможности мобильного телефона двухцветную графику, маленький экран и небольшую память.</p> <p>Полноценный высокоскоростной доступ в Internet с мобильного телефона можно осуществить по технологии GPRS (General Packet Radio Service). В этом случае можно работать с WAP-сайтами непосредственно с мобильного телефона, а на подключенном к нему компьютере можно просматривать HTML-страницы, перекачивать файлы, работать с электронной почтой и любыми другими ресурсами Internet.</p>	
4.3	Познавательные и развлекательные технологии Internet	<p>Интернет - это целая индустрия всевозможных развлечений, и каждый пользователь сможет найти здесь забаву по душе, будь он академиком или учеником начальных классов, пенсионером или подростком. По результатам многочисленных опросов, большинство людей использует Интернет именно для развлечений. Их так много и они настолько разнообразные, что охватить все просто не представляется возможным.</p> <p>Исследовательское агентство Gemius Group проанализировало самые крупные развлекательные порталы рунета с тем, чтобы составить топ-10 самых популярных из них. При этом в исследовании не участвовали крупнейшие порталы российского интернета, совмещающие в себе не только развлекательные, но и информационные и некоторые другие возможности, - mail.ru, Яндексa, Рамблера и некоторые другие.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zaycev.net – сервис бесплатной музыки 2. Half Life – on-line игра 3. YouTube – видеохостинг 4. Smotri.com – видеохостинг 5. Rutube.ru – видеохостинг 6. Fishki.net – развлекательный портал 7. tutmp3.ru - сервис бесплатной музыки (похоже, что он уже закрылся) 8. kards.ru – сервис поздравительных открыток 9. nnn.ru – развлекательный портал 10. afisha.ru – гид по развлечениям <p><i>Все развлекательные ресурсы можно классифицировать на разделы, отвечающие за ресурсы, предназначенные для разных категорий людей:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Ресурсы для тех кто любит активный или пассивный отдых - Популярное - Компьютерные игры (PC игры) - Социальные сервисы - Сервисы Вопрос-Ответ (этот «жанр» родился относительно недавно, и первым по-настоящему крупными, подобным проектом, стал ресурс Ответы@Mail.Ru.) - Взрослым - Сайты знакомств (это специализированные ресурсы, предназначенные для знакомства пользователей. Таких ресурсов очень много, и их без труда можно найти в любом популярном каталоге сайтов) - Онлайн – игры (они расположены непосредственно на веб-страницах. Играть в них можно с помощью самого обыкновенного браузера. Не нужно ничего скачивать и устанавливать — открываешь соответствующую страницу и играешь) - Почтовые игры (PBEM (Play By E-Mail), — это сетевые игры, обмен данными в которых осуществляется посредством электронной почты) <p>Файловые серверы поддерживают многие компании — разработчики программного обеспечения и производители аппаратных компонентов компьютера и периферийных устройств. Размещаемое на таких серверах программное обеспечение является свободно распространяемым (freeware) или условно бесплатным (shareware) и поэтому, «скачивая» тот или иной файл, пользователь не нарушает закон об авторских правах на программное обеспечение.</p> <p>Для удобства пользователей многие серверы файловых архивов (freeware.ru, www.freesoft.ru, www.download.ru) имеют Web-</p>	

		<p>интерфейс, что позволяет работать с ними с использованием браузеров.</p> <p><i>Примеры популярных познавательных ресурсов:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Википедия – самая большая энциклопедия. Все обо всем. Более 500 000 статей и это только на русском языке. - Рефераты - огромный сборник рефератов, курсовых и прочего. - Справочник Google типа «вопрос-ответ» - Электронные библиотеки - Сайты учебных заведений - Медицина - Культура - Спорт - Средство массовой информации и электронные СМИ - Общественные ресурсы - Религия. 	
4.4	Реклама Internet	<p>Важной составляющей электронной коммерции является информационно-рекламная деятельность. Многие фирмы размещают на своих Web-сайтах в Internet важную для потребителя информацию (описание товаров и услуг, их стоимость, адрес фирмы, телефон и e-mail, по которым можно сделать заказ, и др.).</p> <p>Виды Internet-рекламы</p> <ul style="list-style-type: none"> · Медийная реклама — размещение текстово-графических рекламных материалов на сайтах, представляющих собой рекламную площадку. По многим признакам аналогична рекламе в печатных СМИ. Однако, наличие у баннера гиперссылки и возможность анимированного изображения значительно расширяют возможности воздействия медийной рекламы. Как правило, медийная реклама имеет форму баннерной рекламы. Баннеры могут быть как статическими (показывается одна и та же картинка), так и динамическими (картинки постоянно меняются). Щелчок по баннеру мышью приводит к переходу на соответствующий сайт или страницу, где можно более подробно узнать о том, что рекламирует баннер. Баннеры размещаются на сайтах либо на платной основе, либо путем обмена. Использование системы обмена баннерами, которая связывает между собой множество сайтов и позволяет им рекламировать друг друга, повышает посещаемость каждого из них. · Контекстная реклама — размещение текстово-графических рекламных материалов рядом с результатами поиска на сайтах, предлагающих пользователю функцию поиска. Демонстрация тех или иных рекламных сообщений зависит от поискового запроса пользователя. Как правило, поисковая реклама имеет форму текстовой рекламы. · Геоконтекстная реклама — хотя под геоконтекстной рекламой чаще всего понимают рекламу в мобильных телефонах с учётом местоположения пользователя, реклама на веб-картах (например, Google Maps, Яндекс.Карты, Карты@Mail.ru) так же относится к разряду LBA и относится к интернет-рекламе. Рекламные сообщения показываются пользователю при просмотре участка карты с учётом контекста запроса. Например, можно просмотреть все салоны красоты в определенном районе города. <p>Другие виды рекламы в Интернете как правило совмещают признаки медийной и поисковой рекламы или же переносят эти признаки в смежные с размещением на интернет-страницах области: так, видами Интернет-рекламы считаются размещение рекламы в рассылках по подписке и размещение рекламы в клиентах программ, установленных на рабочей станции пользователя.</p> <p>С использованием E-mail.</p> <p>Электронная почта (Electronic mail, e-Mail) — сетевая служба, позволяющая пользователям обмениваться сообщениями или документами без применения бумажных носителей. Преимущества использования e-mail для доставки рекламных сообщений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - электронная почта есть практически у всех пользователей Сети; - e-mail представляет собой push-технологии вещания; - дает возможность персонализированного обращения; - интересное, с точки зрения получателя, сообщение может быть распространено им среди его коллег и знакомых. <p>Для продвижения с помощью e-mail используются следующие основные методы:</p> <p>Рассылки подписчикам (mailing lists, «opt-in» E-mail marketing) — в Internet существует множество списков рассылки, которые посвящены различным тематикам. Получатели подобных писем собственноручно подписались на рассылку, и в любой момент у них есть право и возможность отменить свою подписку. Существуют открытые рассылки (для всех желающих), закрытые (для людей определенного круга), бесплатные (существующие за счет энтузиазма</p>	

		<p>создателей, спонсорской поддержки, платных рекламодателей), платные. Так как список рассылки обычно представляет собой средство вещания для определенной целевой группы и часто имеет тысячи подписчиков, он является эффективным инструментом маркетинга. Ряд компаний на своих официальных сайтах предлагает посетителям подписаться на рассылку, информирующую о новостях компании и обновлениях сайта. Данная рассылка напоминает подписчикам о сайте и бизнесе его владельца, информируя и стимулируя повторные визиты.</p> <p>Размещение рекламы в новостных рассылках — значительное число рассылок подписчикам имеет новостной характер и функционирует аналогично СМИ, получая доход в том числе от размещения рекламы. Реклама в рассылках как правило аналогична баннерной рекламе в Internet, с отличием по способу ограничения целевой аудитории: социально-демографические параметры и интересы аудитории могут зависеть не только от тематики рассылок, но и от данных анкеты подписчика.</p> <p>Несанкционированная рассылка</p> <p>Спам — массовая рассылка рекламных объявлений по электронной почте без согласия получателей. Рассылка спама считается нарушением этикета и правил применения компьютерных сетей. Специфичность этого вида Internet -продвижения состоит не в анонимности рекламодателя и не в том, что спам — незапрошенная рассылка (многие виды рекламы являются незапрошенными или «несанкционированными», многие — анонимными). Особенность спама в том, что основную часть затрат по доставке рекламы несут потребители и Internet -провайдеры, тогда как источник спама ничем не компенсирует им доставку сообщений. По данному признаку спам не является рекламой, поскольку реклама по определению использует платные каналы доведения сообщения до аудитории. Спам преследуется или ограничивается законодательством ряда стран.</p> <p>Индивидуальные письма: рассылка индивидуальных писем по электронной почте — инструмент директ-маркетинга, требующий времени и персонализации сообщений. Ему предшествует работа по сбору адресов. С другой стороны, письмо попадает именно тем представителям аудитории, в чьем внимании инициатор рассылки в наибольшей степени заинтересован.</p> <p>Поисковая оптимизация (SEO — Search engine optimization) - для некоторых типов сайтов поисковики приносят до половины и больше всех посетителей (то есть, потенциальных клиентов). Необходимым условием этого является присутствие ссылки в первых строках результатов поиска по наиболее популярным запросам. Поскольку результаты поиска обычно отсортированы по релевантности, перед оптимизатором стоит задача повысить релевантность кода WEB-страниц к наиболее распространенным поисковым запросам.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Всплывающие (pop-up) окна и spyware – аналогично спаму, для распространения используются ресурсы потребителя. Метод, более дорогой и считается вредоносной программой. · Электронная доска объявлений - сайт, по содержанию вполне аналогичный обычным бытовым доскам объявлений или рекламным газетам. Качественно отличается от них высокой оперативностью обновления содержимого и глобальной доступностью. Особым видом интернет рекламы совмещающий электронные доски объявлений и электронные карты является способ описанный в статье реклама на карте. · Регистрация в каталогах - этот вид рекламы также не очень специфичен для Интернета — в of-line тоже есть каталоги и справочники, внесение в которые даёт свою долю клиентов. Internet - каталоги отличаются от офлайновых своим количеством, которое, возможно, уже перешло в качество. На данный момент регистрация в каталогах не является успешным методом продвижения, так как поисковые системы могут анализировать откуда ведет ссылка. Таким образом, ссылки, ведущие из каталогов, приносят лишь небольшой процент в рейтинг сайта, а в некоторых случаях и вовсе вредят продвижению. <p>4.5. Сайты. Создание web-страниц</p> <p>Публикации во Всемирной паутине реализуются в форме Web-сайтов, общую классификацию которых можно представить в виде схемы, изображенной на рисунке 1. Web-сайт по своей структуре напоминает журнал, который содержит информацию, посвященную какой-либо теме или проблеме. Как журнал состоит из печатных страниц, так и Web-сайт состоит из компьютерных Web-страниц.</p>	
--	--	---	--

		 <p data-bbox="699 389 1058 412">Рисунок 1. Классификация web-сайтов</p> <p data-bbox="603 439 1259 533">Сайт является интерактивным средством представления информации. Интерактивность сайта обеспечивают различные формы, с помощью которых посетитель сайта может зарегистрироваться на сайте, заполнить анкету и так далее.</p> <p data-bbox="603 535 1259 656">Обычно сайт имеет титульную страницу (страницу с оглавлением), на которой имеются гиперссылки на его основные разделы (Web-страницы). Гиперссылки также имеются на других Web-страницах сайта, что обеспечивает возможность пользователю свободно перемещаться по сайту.</p> <p data-bbox="603 658 1259 728">Web-сайты обычно являются мультимедийными, так как кроме текста могут содержать иллюстрации, анимацию, звуковую- и видеoinформацию.</p> <p data-bbox="603 730 1259 875">Web-страницы сайта могут содержать динамические объекты (исполнимые модули), созданные с использованием сценариев на языках JavaScript и VBScript или элементов управления ActiveX. Расположенные на сайте управляющие элементы (например, кнопки) позволяют пользователю запускать те или иные динамические объекты.</p>	
--	--	--	--

4.3. Лабораторные работы

Учебным планом не предусмотрено

4.4. Практические занятия

<i>№ п/п</i>	<i>Номер раздела дисциплины</i>	<i>Наименование тем Практических занятий</i>	<i>Объем (час.)</i>	<i>Вид занятия в интерактивной, активной, инновационной форме, (час.)</i>
1.	1.	Эффективные методы поиска информации в интернете	1	-
2.		Поиск по индексным базам данных	2	-
3.		Специализированные поисковые службы. Метапоиск и его возможности	4	проектирование ситуации (4 часа)
4.	2.	Технология автоматизированного офиса	1	-
5.		Технология видеоконференций	1	-
6.		Система организации аудиоконференций	2	-
7.	3.	Российские поисковые системы	2	-
8.		ICQ и IRC	1	-
9.		Оценка качества Интернет ресурса	1	-

10.	4.	Мировые библиотеки	3	-
ИТОГО			18	4

4.5. Контрольные мероприятия: курсовой проект (курсовая работа), контрольная работа, РГР, реферат

Учебным планом не предусмотрены.

5. МАТРИЦА СООТНЕСЕНИЯ РАЗДЕЛОВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ К ФОРМИРУЕМЫМ В НИХ КОМПЕТЕНЦИЯМ И ОЦЕНКЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Компетенции</i> <i>№, наименование разделов дисциплины</i>	<i>Кол-во часов</i>	<i>Компетенции</i>		Σ <i>комп.</i>	<i>t_{ср}, час</i>	<i>Вид учебной работы</i>	<i>Оценка результатов</i>
		<i>ПК</i>					
		<i>27</i>	<i>28</i>				
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
1. Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»	4	+	+	2	2,7	Лекция, ПР, СРС	зачет
2. Информация и бизнес	10	+	+	2	6,7	Лекция, ПР, СРС	зачет
3. Мировые информационные ресурсы и их использование	20	+	+	2	13,3	Лекция, ПР, СРС	зачет
4. Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры	38	+	+	2	13,3	Лекция, ПР, СРС	зачет
<i>всего часов</i>	72	36	36	2	36		

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с. : - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453024>
2. Геращенко, Л. А. Мировые информационные ресурсы : методические указания к выполнению лабораторных работ и контрольной работы / Л. А. Геращенко. - Братск : БрГУ, 2015. - 36 с.
3. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459335>

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование издания	Вид занятия (Лк, ЛР, СР)	Количество экземпляров в библиотеке, шт.	Обеспеченность, (экз./чел.)
1	2	3	4	5
Основная литература				
1	Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с. : - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453024	Лк, ПЗ, СР	1 (ЭУ)	1
2	Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=459335	Лк,ПЗ, СР	1(ЭУ)	1
2. Дополнительная литература				
3	Днепровская, Н.В. Мировые информационные ресурсы : учебно-методический комплекс / Н.В. Днепровская, С.Н. Селетков ; Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 232 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90406	Лк, ПЗ, СР	1(ЭУ)	1

4	Геращенко, Л. А. Мировые информационные ресурсы : методические указания к выполнению лабораторных работ и контрольной работы / Л. А. Геращенко. - Братск : БрГУ, 2015. - 36 с.	Лк, ПЗ, СР	30	1
5	Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030	Лк, ПЗ, СР	1(ЭУ)	1
6	Ясенев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Ясенев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 560 с. : URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115182	Лк, ПЗ, СР	1(ЭУ)	1

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Электронный каталог библиотеки БрГУ
http://irbis.brstu.ru/CGI/irbis64r_15/cgiirbis_64.exe?LNG=&C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID=
2. Электронно-библиотечные системы «Университетская библиотека online»
<http://biblioclub.ru>
3. Электронно-библиотечная система Издательство «Лань» <http://e.lanbook.com>
4. «Университетская информационная система РОССИЯ» (УИС РОССИЯ)
<https://uisrussia.msu.ru/>
5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>
6. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». <http://www.consultant.ru/>
7. Национальный Электронно-информационный Консорциумом «НЭИКОН»,
<http://neicon.ru/>
8. Информационно-правовая система «Кодекс». <http://www.kodeks.ru/>

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности обучающихся
Лекции	Написание конспекта лекций: кратко, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, практическом занятии.
Практические занятия	Развитие интеллектуальных умений, подготовка ответов к контрольным вопросам, работа с основной и дополнительной литературой, необходимой для освоения дисциплины, выполнение заданий, активное участие в интерактивной, активной, инновационной формах обучения, составление и оформление отчетов по практическим заданиям.
Контроль	Работа с основной и дополнительной литературой, необходимой для выполнения зачетной работы, углубление и конкретизация необходимого в соответствии с темой материала из литературных источников и полученных теоретических знаний, выработка способности и готовности их использования в практической исследовательской работе. Развитие интеллектуальных умений изложения материала, представления с элементами визуализации (схемы, графики, рисунки, таблицы, формулы) и оформления в соответствии с требованиями ГОСТ.
Самостоятельная работа обучающихся	<i>Подготовка к лабораторным занятиям.</i> Проработка основной и дополнительной литературы, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в теме/разделе. Конспектирование прочитанных литературных источников. Проработка материалов по изучаемому вопросу, с использованием на рекомендуемых ресурсах информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Выполнение заданий преподавателя, необходимых для подготовки к участию в интерактивной, активной, инновационных формах обучения по изучаемой теме. <i>Подготовка к зачету.</i> При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу, использовать рекомендуемые ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

РАЗДЕЛ 1.

1. Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»

Современный этап развития человечества характеризуется стремительным ростом социального и экономического значения информации. Согласно статистике, перераспределения трудовых ресурсов из сферы материального производства и обслуживания в информационную сферу привело к тому, что уже сейчас в информационной сфере развитых стран работает более 50% занятого населения.

Два основных показателя, каждый из которых убедительно свидетельствует о наступлении века информации:

- 1) время удвоения объема накопленных научных знаний составляет уже 3-4 года;
- 2) материальные затраты на хранение, передачу и переработку информации превышают аналогичные расходы на энергетику.

Индустрия обработки информации играет для промышленно развитых стран ту же роль, которую на этапе индустриализации играла тяжелая промышленность. Информационные ресурсы становятся основным национальным богатством развитых стран, а эффективность их использования все в большей степени определяет экономическую мощь страны в целом. Причем ведущую роль играют «активные» информационные ресурсы, то есть та часть ресурсов, которую составляет информация, доступная для автоматизированного хранения, поиска, передачи и обработки.

Термин «**информация**» происходит от латинского слова «informatio» - разъяснение, осведомление, изложение.

Информацию передают:

Устно и письменно, с помощью электрических сигналов и радиоволн;

Информацию получают:

С помощью органов чувств, электрических датчиков фото и видеокамер.

В широком смысле **информация** - общенаучное понятие, включающее в себя обмен сведениями между людьми, обмен сигналами между живой и неживой природой, людьми и устройствами.

Информационные ресурсы - документы и массивы документов в информационных системах.

К мировым информационным ресурсам имеет отношение информация, характеризующая производственные отношения в обществе. К ней относятся сведения, которые циркулируют в экономической системе. В течение всей истории развития цивилизации предметом труда оставались материальные объекты, деятельность за пределами материального производства и обслуживания, как правило, относилась к категории непроизводственных затрат.

РАЗДЕЛ 2.

2. Информация и бизнес

2.1. Рынок информационных ресурсов

2.2. Технологии Internet в бизнесе

Рынок информационных продуктов и услуг (информационный рынок) — система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе.

Информационный рынок характеризуется определенной номенклатурой продуктов и услуг, условиями и механизмами их предоставления, ценами. В отличие от торговли обычными товарами, имеющими материально-вещественную форму, здесь в качестве предмета продажи или обмена выступают информационные системы, информационные технологии, лицензии, патенты, товарные знаки, ноу-хау, инженерно-технические услуги, различного рода информация и прочие виды информационных ресурсов.

Основным источником информации для информационного обслуживания в современном обществе являются базы данных. Структуры, которые работают на информационном рынке, предлагают потребителю следующие **виды услуг**:

- непосредственный доступ к базам данных - режим on-line;
- пакетный доступ к базам данных - режим off-line;
- в виде баз данных на дискетах и компакт-дисках;
- в виде консультаций, оказываемых специалистами в области информационных ресурсов;
- в виде обучения доступу к мировым информационным ресурсам.

Указанные виды услуг имеют свои области эффективного использования и могут взаимно дополнять друг друга. В качестве поставщиков информации на рынке информационных услуг выступают коммерческие структуры, государственные и общественные организации, частные лица.

Современный информационный рынок можно разделить на четыре области:

1. электронная информация,
2. электронные сделки,
3. системы сетевых коммуникаций,
4. программное обеспечение.

В свою очередь рынок электронной информации состоит из 4 секторов:

1. деловая информация,
2. юридическая информация,
3. информация для специалистов,

4. массовая или потребительская информация.

На современном этапе развития электронных средств бизнеса можно выделить два основных направления использования Internet в бизнесе (это технологии Internet для бизнеса) и бизнес в Internet-пространстве [Кузнецов С. Интернет в бизнесе и бизнес в Интернете. www.citforum.ru/internet/].

РАЗДЕЛ 3.

3. Мировые информационные ресурсы и их использование

- 3.1. Базы данных как информационный ресурс
- 3.2. Сетевые технологии как мировой информационный ресурс
- 3.3. Мировые информационные сети
- 3.4. Оценка эффективности использования мировых ресурсов

База данных (БД) - это данные, организованные в виде набора записей определенной структуры и хранящиеся в файлах, где, помимо самих данных, содержится описание их структуры. Система управления базами данных (СУБД) - это система, обеспечивающая ввод данных в БД, их хранение и восстановление в случае сбоев, манипулирование данными, поиск и вывод данных по запросу пользователя.

По функциональному назначению базы данных делят на:

- системы оперативной обработки транзакций (OLTP-системы, Online Transaction Processing);
- системы делового анализа / хранилища данных (OLAP-системы, Online Analysis Processing).

Общая схема передачи информации включает в себя:

- отправителя информации;
- канал передачи информации;
- получателя информации.

Основной характеристикой каналов передачи информации является их пропускная способность (скорость передачи информации).

Образование глобальных сетей в России началось в 1990г. На российском рынке глобальных вычислительных сетей наиболее активно и эффективно функционируют следующие сетевые структуры: LASNET; РОСПАК; Исток-К; РЕЛКОМ и другие.

Internet предоставляет беспрецедентные возможности для формирования индивидуального взаимодействия между компаниями и их клиентами.

Самыми известными поисковыми системами по русским ресурсам Internet являются:

- Яндекс - www.yandex.ru (www.ya.ru);
- Rambler - www.rambler.ru;
- Google - www.google.ru;
- Mail - www.mail.ru;
- Aport - www.aport.ru.

Наиболее известные поисковые системы *по англоязычным ресурсам:*

- www.altavista.com
- www.yahoo.com
- www.google.com
- www.infoseek.go.com

Для того чтобы в процессе обмена информацией компьютеры могли найти друг друга, в Internet существует единая система адресации, основанная на использовании IP-адреса.

Каждый компьютер, подключенный к Internet, имеет свой уникальный 32-битный (в двоичной системе) IP-адрес.

По формуле легко подсчитать, что общее количество различных IP-адресов составляет более 4 миллиардов:

$$N = 2^{32} = 4\,294\,967\,296.$$

РАЗДЕЛ 4.

Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры

- 4.1. Компьютерная информационная гиперсреда
- 4.2. Связь между абонентами Internet
- 4.3. Познавательные и развлекательные технологии Internet
- 4.4. Реклама в Internet

Гипермедиа - это новая философия представления информации и доступа к ней. Информация, хранящаяся в истинной системе гипермедиа, должна быть представлена всеми возможными формами, которые может воспроизвести современный компьютер. Таким образом, посредством гипертекстовых связей, лежащих в основе компьютерной гиперсреды, гипермедиа совмещает в себе радио (аудио), телевидение (динамическое изображение), прессу (текст, рисунки, фотографии) и компьютер (видеотерминал).

В последнее время все более широко распространяется интерактивное общение в Internet в реальном режиме времени. Увеличившаяся скорость передачи данных и возросшая производительность компьютеров дают пользователям возможность не только обмениваться текстовыми сообщениями в реальном времени, но и осуществлять аудио- и видеосвязь (электронная почта, чаты, форумы, ICQ и другие).

Важной составляющей электронной коммерции является информационно-рекламная деятельность. Многие фирмы размещают на своих Web-сайтах в Internet важную для потребителя информацию (описание товаров и услуг, их стоимость, адрес фирмы, телефон и e-mail, по которым можно сделать заказ, и др.).

Создание Web-сайтов реализуется с использованием языка разметки гипертекстовых документов **HTML**. Технология HTML состоит в том, что в обычный текстовый документ вставляются управляющие символы (тэги) и в результате мы получаем Web-страницу. Браузер при загрузке Web-страницы представляет ее на экране в том виде, который задается тэгами. Основные теги для создания web-страниц представлены в приложении. <http://oka2o1o.narod.ru/konspekt/0.2.htm>

9.1. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ

Практическая работа №1 Эффективные методы поиска информации в интернете

Цель работы: изучить эффективные методы поиска информации в интернете

Задание:

1. выбрать, из предложенных, два каталога: один англоязычный, второй русскоязычный;
2. описать структуру, выявить их сходства и различия, ознакомиться с содержанием, сравнить классификационные разделы;
3. предоставить отчет.

Порядок выполнения:

1. Выбрать англоязычный каталог (например www.yahoo.ru) и русскоязычный каталог (например www.ulitka.ru).
2. Определить структуру каталога (например www.ulitka.ru имеет простую древовидную структуру, а www.yahoo.ru имеет сложную древовидную структуру).
3. Сделать скриншоты

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

1. найти информацию в выбранных каталогах по заданной теме, сравнить средства поиска;

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 1 «Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава 4](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ.Часть_первая.Глава_4)

Основная литература

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с.

Дополнительная литература

1. Днепровская, Н.В. Мировые информационные ресурсы : учебно-методический комплекс / Н.В. Днепровская, С.Н. Селетков ; Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 232 с.
2. Геращенко, Л. А. Мировые информационные ресурсы : методические указания к выполнению лабораторных работ и контрольной работы / Л. А. Геращенко. - Братск : БрГУ, 2015. - 36 с.
3. Ясенев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Ясенев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 560 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Прямой экономический эффект.
2. Косвенный экономический эффект.
3. Источники эффективности автоматизации управления.

Практическая работа № 2 Поиск по индексным базам данных

Цель работы: изучить поиск по индексным базам данных

Задание:

1. выбрать из предложенных, две поисковые системы одну англоязычную, вторую русскоязычную. Чем они отличаются от тематических каталогов? Являются ли они мультязычными?
2. выявить сходства и различия выбранных систем;
3. предоставить отчет.

Порядок выполнения:

1. Выбрать англоязычный каталог (например www.yahoo.ru) и русскоязычный каталог (например www.ulitka.ru).
2. Определить структуру каталога (например www.ulitka.ru имеет простую древовидную структуру, а www.yahoo.ru имеет сложную древовидную структуру).
3. Сделать скриншоты

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

1. на примере поиска какого-либо документа выявить особенности поиска и сравнить;

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 1 «Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава 4](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ._Часть_первая._Глава_4)

Основная литература

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с.
2. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : -

Дополнительная литература

1. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с.
2. Яснев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Яснев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 560 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Какие предлагают зарубежные исследователи подходы к оценке нематериальных преимуществ, которые дают информационные технологии бизнесу?
2. Раскройте сущность метода прикладной информационной экономики.

Практическая работа №3 Специализированные поисковые службы. Метапоиск и его возможности

Цель работы: изучить специализированные поисковые системы. Метапоиск и его методы.

Задание:

1. выбрать метапоисковый сервер;
2. предоставить отчет.

Порядок выполнения:

1. Выбрать англоязычный каталог (например www.yahoo.ru) и русскоязычный каталог (например www.ulitka.ru).
2. Определить структуру каталога (например www.ulitka.ru имеет простую древовидную структуру, а www.yahoo.ru имеет сложную древовидную структуру).

3. Сделать скриншоты

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

1. изучить принцип его работы, его характеристики, особенности поиска;

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 1 «Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава 4](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ.Часть_первая.Глава_4)

Основная литература

1. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : -

Дополнительная литература

1. Днепровская, Н.В. Мировые информационные ресурсы : учебно-методический комплекс / Н.В. Днепровская, С.Н. Селетков ; Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 232 с.
2. Геращенко, Л. А. Мировые информационные ресурсы : методические указания к выполнению лабораторных работ и контрольной работы / Л. А. Геращенко. - Братск : БрГУ, 2015. - 36 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Прямой экономический эффект.
2. Косвенный экономический эффект.
3. Источники эффективности автоматизации управления.

Практическая работа № 4 Технология автоматизированного офиса

Цель работы: Ответить на вопросы по заданной теме и рассмотреть сетевые возможности

Задание:

1. изучить возможности и особенности автоматизированного офиса;
2. рассмотреть сетевые возможности;
3. оформить отчет

Порядок выполнения:

ответить на вопросы по заданной теме:

1. Перечислить средства ввода документов в компьютер и способы их хранения. Какие пакеты используются для бесклавиатурного ввода данных? На какой технологии основаны? Каковы возможности этих пакетов?
2. Что такое технология распознавания речи, каковы ее возможности? Какие продукты предназначены для управления голосовой почтой и работы с факсами?
3. Рассказать технологию работы говорящей мыши и говорящих часов. На чем основаны голосовые технологии, и каковы их критерии?
4. В чем состоит процедура ввода и распознавания текста с использованием пакета FineReader?
5. Какие виды программного обеспечения предназначены для электронных словарей и систем перевода?
6. На чем основана организация хранения и поиска документов, какие пакеты предназначены для этого?
7. Провести сравнение различных версий «Евфрат».
8. Какие компоненты включает семейство пакетов eSuite? Каковы их возможности?
9. В чем суть Java-технологии, что представляют собой язык Java и Java –программы?
10. Как классифицируется документооборот и каким образом организован поиск документов в системе «Дело»?
11. Назначение и функции программной системы «Кадры».
12. Какие требования должны предоставлять голосовые технологии для эффективной работы?
13. В чем различия продуктов семейства «Кадры»?
14. Характеристика и назначение библиотеки электронных документов, ее функции и возможности?
15. Функции и назначение системы «Евфрат» комплексного использования различных технологий.
16. Для чего предназначен «Мастер паролей», каковы его возможности?

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

1. на примере поиска какого-либо документа выявить особенности поиска и сравнить.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 2 «Информация и бизнес» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава 4](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ.Часть_первая.Глава_4)

Основная литература

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с.
2. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего

профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с.

Дополнительная литература

1. Ясенев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Ясенев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 560 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Что входит в состав комплекта «Мастера паролей» и какая должна быть конфигурация ПК для его установки?
2. Возможности комплекса программ и какие виды продуктов этого семейства существуют?

Практическая работа № 5 Технология видеоконференций

Цель работы: изучить компьютерные технологии связи, объединяющие персональный компьютер, телевидение и телефонию. Приобрести знания по применению видеоконференций в различных областях деятельности

Задание:

4. ответить на вопросы по заданной теме;
5. рассмотреть сетевые возможности;
6. сформировать отчет.

Порядок выполнения:

ответить на вопросы по заданной теме:

1. Что называется пропускной способностью видеоконференции и скоростью обработки видеопотока?
2. Состав терминального и специализированного сетевого оборудования видеоконференций.
3. Области применения видеоконференций.
4. Многоточечная видеоконференция в ISDN
5. Многоточечная видеоконференция в локальной сети.
6. IP сети для видеоконференций
7. Стандарты видеоконференций
8. Устройства для проведения видеоконференций
9. Преимущества внедрения видеоконференций в управлении бизнесом.
10. Необходимость внедрения видеоконференций
11. Аппаратные ресурсы передачи данных.
12. Производители систем видеоконференций.
13. Видеоконференции в фирме с разветвленной сетью филиалов.
14. Видеоконференции в судебной практике.
15. Способы защиты информации в сетях видеоконференций
16. Публикации, посвященные вопросам видеоконференций.
17. Видеосерверы для организации сеансов видеоконференций.
18. Средства криптографической защиты содержания сеансов видеоконференций.
19. Видеоконференции в системах дистанционного обучения.
20. Специализированные устройства видеоконференций, обеспечивающие передачу информации на стыке разнородных сетей.
21. Многоточечная конференцсвязь в территориально распределенной IP сети.
22. КПД передачи информации с помощью видеоконференций.
23. Ключевое устройство для организации видеоконференций.
24. Практическое применение видеоконференций.
25. Потребители систем видеоконференций.

26. Аппаратные решения передачи видеоконференций.
27. Оборудование для защиты информации видеоконференций.
28. Схема проведения видеоконференции.
29. Особенности использования видеоконференции в России.
30. Услуги по созданию систем видеоконференции.
31. Применение видеоконференций в медицине.
32. Применение видеоконференций в менеджменте.

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

1. на примере поиска какого-либо документа выявить особенности поиска и сравнить.

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 2 «Информация и бизнес» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава 4](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ._Часть_первая._Глава_4)

Основная литература

1. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : -

Дополнительная литература

1. Геращенко, Л. А. Мировые информационные ресурсы : методические указания к выполнению лабораторных работ и контрольной работы / Л. А. Геращенко. - Братск : БрГУ, 2015. - 36 с.
2. Ясенев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Ясенев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 560 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Что входит в состав комплекта «Мастера паролей» и какая должна быть конфигурация ПК для его установки?
2. Возможности комплекса программ и какие виды продуктов этого семейства существуют?

Практическая работа № 6 Система организации аудиоконференций

Цель работы: изучить технологии организации аудиоконференций – одновременного общения нескольких людей при помощи телефона; приобретение знаний о функциональных возможностях системы аудиоконференций «Асамблея»

Задание:

1. загрузить адрес в Интернет <http://www.nevo-asc.spb.ru/audioconf.html/>
2. изучить назначение и функциональные возможности системы (основное и

- дополнительное оборудование, интерфейс программы конфигурирования комплекса устройства распределения вызовов (УРВ));
3. сформировать отчет.

Порядок выполнения:

ответить на вопросы по заданной теме:

1. Что такое аудиоконференция?
2. Какое ПО используется для управления системой аудиоконференций?
3. Интерфейс программы конференция?
4. Дополнительные возможности системы аудиоконференции?
5. Основные функциональные возможности системы аудиоконференции.
6. Режим работы аудиоконференции.
7. Технология прохождения аудиоконференции.

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

1. рассмотреть сетевые возможности ответив на вопросы;

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 2 «Информация и бизнес» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава 4](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ._Часть_первая._Глава_4)

Основная литература

1. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : -

Дополнительная литература

1. Днепровская, Н.В. Мировые информационные ресурсы : учебно-методический комплекс / Н.В. Днепровская, С.Н. Селетков ; Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 232 с.
2. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с.
3. Яснев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Яснев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 560 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Назовите основные способы поиска информации в web?
2. В каком случае может возникнуть необходимость поиска по уже открытой в браузере web-странице?
3. Какие виды поисковых машин вы знаете?
4. Назовите наиболее популярные поисковые машины Интернета.

Практическая работа № 7 Поиск в Российских поисковых системах

Цель работы: Осуществить поиск в Российских поисковых системах

Задание:

- осуществить поиск по title, nodomain, nolink.
- определить индекс цитирования для самого известного сайта. - - чем отличается от link релевантности.

Порядок выполнения:

1. выяснить что такое индекс цитирования

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

1. рассмотреть сетевые возможности ответив на вопросы;

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 3 «Мировые информационные ресурсы и их использование» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава 4](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ._Часть_первая._Глава_4)

Основная литература

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с.
2. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : -

Дополнительная литература

1. Геращенко, Л. А. Мировые информационные ресурсы : методические указания к выполнению лабораторных работ и контрольной работы / Л. А. Геращенко. - Братск : БрГУ, 2015. - 36 с.
2. Ясенев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Ясенев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 560 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Назовите основные способы использования БД?

Практическая работа № 8 ICQ и IRC

Цель работы: Изучить назначение и функциональные возможности ICQ и IRC

Задание:

1. история создания ICQ и IRC
2. характеристика и особенности ICQ
3. различия и сходства между ICQ и IRC

Порядок выполнения:

Изучить рекомендации по выполнению лабораторных работ в методических указаниях и выполнить задание.

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

1. характеристика и особенности IRC

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 3 «Мировые информационные ресурсы и их использование» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава 4](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ._Часть_первая._Глава_4)

Основная литература

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с.
2. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : -

Дополнительная литература

1. Геращенко, Л. А. Мировые информационные ресурсы : методические указания к выполнению лабораторных работ и контрольной работы / Л. А. Геращенко. - Братск : БрГУ, 2015. - 36 с.
2. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с.

3. Ясенев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Ясенев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 560 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Какие виды поисковых машин вы знаете?

Практическая работа № 9 Оценка качества Интернет ресурса

Цель работы: Отработка навыков веб-маркетинга

Задание:

1. выявление положительных и отрицательных сторон интернет-ресурсов
2. составление рейтинга
3. протестировать предложенные группы веб-страниц
4. оценить качество работы, создав таблицу MS Excel
5. проставить оценки по схеме (превосходит ожидания-5, полностью соответствует-4, в основном в соответствии-3, не соответствует-2, абсолютно не соответствует-1)
6. создать отчет о выполнении лабораторной работы

Порядок выполнения:

Изучить рекомендации по выполнению лабораторных работ в методических указаниях и выполнить задание.

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

1. посчитать рейтинг сайтов по проставленным баллам

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 3 «Мировые информационные ресурсы и их использование» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава 4](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ.Часть_первая.Глава_4)

Основная литература

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с.
2. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : -

Дополнительная литература

1. Днепровская, Н.В. Мировые информационные ресурсы : учебно-методический комплекс / Н.В. Днепровская, С.Н. Селетков ; Международный консорциум «Электронный

университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 232 с.

2. Геращенко, Л. А. Мировые информационные ресурсы : методические указания к выполнению лабораторных работ и контрольной работы / Л. А. Геращенко. - Братск : БрГУ, 2015. - 36 с.
3. Ясенев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике : учебное пособие / В.Н. Ясенев. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 560 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Связь между абонентами Internet

Практическая работа № 10 Мировые библиотеки

Цель работы: Ознакомиться с возможностями и особенностями работы онлайн-библиотек

Задание:

1. Изучить теорию с сайтов:

- <http://oka2o1o.narod.ru/konspekt/4.htm>
- <http://www.wdl.org/ru/>
- <http://www.prlib.ru/news/Pages/Item.aspx?itemid=1538>
- <http://www.bibliotekar.ru/>

2. Получить сравнительные характеристики электронных библиотек образовательных учреждений г. Братска определить лучшую из них.

Порядок выполнения:

1. Принять список критериев оценки эффективности поисковых систем.

Предлагаются следующие критерии:

- 1). Полнота поиска документов.
- 2). Полнота поиска электронных документов.
- 3). Точность поиска.
- 4). Возможности языка запросов.
- 5). Сложность формулировки запросов.
- 6). Удобство навигации подразделам поисковой системы.
- 7). Художественный дизайн (оформление).

Форма отчетности:

Письменное представление выполненного задания или в компьютерном виде.

Задания для самостоятельной работы:

2. рассмотреть сетевые возможности ответив на вопросы;

Рекомендации по выполнению заданий и подготовке к лабораторной работе:

При подготовке и выполнении практического задания рекомендуется использовать материал лекций раздела 4 «Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры» и литературу, предложенную для изучения данной дисциплины.

Рекомендуемые источники

1. Гражданский кодекс РФ. Часть 4. // Электронный ресурс [Режим доступа: свободный] [https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский кодекс РФ. Часть первая. Глава](https://ru.wikisource.org/wiki/Гражданский_кодекс_РФ.Часть_первая.Глава_4)

Основная литература

1. Блюмин, А.М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.М. Блюмин, Н.А. Феоктистов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 384 с.
2. Зюзин, А.С. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие / А.С. Зюзин, К.В. Мартиросян ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2016. - 139 с. : -

Дополнительная литература

1. Днепровская, Н.В. Мировые информационные ресурсы : учебно-методический комплекс / Н.В. Днепровская, С.Н. Селетков ; Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 232 с.
2. Геращенко, Л. А. Мировые информационные ресурсы : методические указания к выполнению лабораторных работ и контрольной работы / Л. А. Геращенко. - Братск : БрГУ, 2015. - 36 с.
3. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с.

Контрольные вопросы для самопроверки

1. Особенности создания учебных программ по экономическим дисциплинам.
2. CASE-технология создания информационных систем.
3. CMS Joomla. Создание и настройка групп пользователей.
4. CRT-технология, D-ILA-технология, DLP-технология

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

При чтении лекций по всем темам активно используется информационно-вычислительные ресурсы ФГБОУ ВО «БрГУ»:

1. Программное обеспечение: ОС Windows, MS Office, Windows Media Player, Internet Explorer, АСТ-Тест, SmartDesk;
2. Информационно справочные системы: Консультант Плюс, Гарант;
3. Для демонстрации слайдов с помощью программного приложения Microsoft Power Point.

Информационные технологии:

- подготовка, конструирование и создание мультимедийный презентаций в пакете презентационной графики Microsoft Power Point;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

**11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ
ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

<i>Вид занятия</i>	<i>Наименование аудитории</i>	<i>Перечень основного оборудования</i>	<i>№ Лк, ПЗ</i>
1	2	3	4
Лк	Лекционная аудитория (мультимедийный класс)	Интерактивная доска SMART Board 680i2/Unifl, Интерактивный планшет Wacom PL-720, Колонки Microlab Solo-7C, Ноутбук Samsung R610<NP-R610-FS08>, Телевизор плазменный Samsung 63 PS-63A756T1M	Лк № 1-8
ПЗ	Дисплейный класс	Системный блок AMD A10-7800 Radeon R7 (12 шт.), Системный блок для слабовидящих пользователей AMD A10-7850K (1 шт.), Монитор Philips233 V5QHABP (13 шт.)	ПЗ № 1-10
СР	Читальный зал №1	Оборудование 10 ПК i5-2500/H67/4Gb(монитор TFT19 Samsung); принтер HP LaserJet P2055D	-

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

1. Описание фонда оценочных средств (паспорт)

№ компетенции	Элемент компетенции	Раздел	Тема	ФОС		
ПК-27	способность владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, навыками работы со специализированными кадровыми компьютерными программами, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы при решении задач управления персоналом	1. Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»	1.1 Введение. Основные термины и понятия.	Вопросы к зачету 1.1-1.4		
		2.Информация и бизнес	2.1 Рынок информационных ресурсов	Вопросы к зачету 2.1-2.7		
			2.2 Технология Internet в бизнесе	Вопросы к зачету 2.8-2.11		
		3.Мировые информационные ресурсы и их использование	3.1 Базы данных как информационный ресурс.	Вопросы к зачету 3.1-3.3		
			3.2 Сетевые технологии как мировой информационный ресурс	Вопросы к зачету 3.4-3.6		
			3.3 Мировые информационные сети	Вопросы к зачету 3.7-3.10		
			3.4 Оценка эффективности использования мировых информационных ресурсов	Вопросы к зачету 3.11		
		4. Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры	4.1 Компьютерная информационная гиперсреда	Вопросы к зачету 4.1-4.3		
			4.2 Связь между абонентами Internet	Вопросы к зачету 4.4-4.7		
			4.3 Познавательные и развлекательные технологии Internet	Вопросы к зачету 4.8-4.10		
			4.4 Реклама Internet	Вопросы к зачету 4.11-4.15		
		ПК-28	Способность знать корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владеть навыками информационного обеспечения процессов	1. Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»	1.1 Введение. Основные термины и понятия.	Вопросы к зачету 1.1-1.4
				2.Информация и бизнес	2.1 Рынок информационных ресурсов	Вопросы к зачету 2.1-2.7
2.2 Технология Internet в бизнесе	Вопросы к зачету 2.8-2.11					
3.Мировые информационные ресурсы и их использование	3.1 Базы данных как информационный ресурс.			Вопросы к зачету 3.1-3.3		
	3.2 Сетевые технологии как мировой информационный ресурс			Вопросы к зачету 3.4-3.6		
	3.3 Мировые информационные сети			Вопросы к зачету 3.7-3.10		

	внутренних коммуникаций		3.4 Оценка эффективности использования мировых информационных ресурсов	Вопросы к зачету 3.11
		4. Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры	4.1 Компьютерная информационная гиперсреда	Вопросы к зачету 4.1-4.3
			4.2 Связь между абонентами Internet	Вопросы к зачету 4.4-4.7
			4.3 Познавательные и развлекательные технологии Internet	Вопросы к зачету 4.8-4.10
			4.4 Реклама Internet	Вопросы к зачету 4.11-4.15

2. Вопросы к зачету

№ п/п	Компетенции		ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ	№ и наименование раздела
	Код	Определение		
1	2	3	4	5
1.	ПК-27	способность владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, навыками работы со специализированными кадровыми компьютерными программами, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы при решении задач управления персоналом	1.1. Введение. Основные термины и понятия 1.2. Информационные ресурсы. Классификация мировых информационных ресурсов 1.3. Информационный потенциал и информационное общество 1.4. Информационная культура. Национальные информационные ресурсы	1. Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»
			2.1. Рынок информационных ресурсов 2.2. Рынок информационных продуктов и услуг 2.3. Основные отрицательные и положительные свойства платности информационных продуктов и услуг 2.4. Рынок информационных онлайн-услуг 2.5. Системы сетевых коммуникаций 2.6. Массовая и потребительская информация 2.7. Технологии Internet в бизнесе 2.8. Эффективное использование Web-порталов 2.9. Преимущества Internet для бизнеса 2.10. Электронный бизнес (e-Business) 2.11. Электронная коммерция (e-Commerce)	2. Информация и бизнес
			3.1. Базы данных как информационный ресурс 3.2. Различия между OLTP и OLAP системами 3.3. Сетевые технологии как мировой информационный ресурс 3.4. Мировые информационные сети 3.5. Локальная сеть 3.6. Варианты соединения компьютеров между собой 3.7. Internet как новая среда делового общения 3.8. Средства поиска информации в Internet 3.9. Адресация в Internet 3.10. Профессиональные базы данных	3. Мировые информационные ресурсы и их использование
			4.1. Компьютерная информационная гиперсреда 4.2. Push-модель и pull-модель 4.3. Связь между абонентами Internet	4. Технология и практика взаимодействия пользователей с

			<p>4.4. Форумы первого и второго типа</p> <p>4.5. Чаты. ICQ</p> <p>4.6. Универсальные и специализированные клиенты.</p> <p>4.7. Мобильный Internet</p> <p>4.8. Познавательные и развлекательные технологии Internet</p> <p>4.9. Файловые серверы</p> <p>4.10. Приведите примеры популярных познавательных ресурсов.</p> <p>4.11. Реклама в Internet</p> <p>4.12. Рассылки подписчикам (mailing lists, «opt-in» E-mail marketing)</p> <p>4.13. Индивидуальные письма</p> <p>4.14. Сайты. Создание web-страниц</p> <p>4.15. Основными достоинствами HTML-документов</p>	мировыми ресурсами через сетевые структуры
2	ПК-28	Способность знать корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владеть навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций	<p>1.1. Введение. Основные термины и понятия</p> <p>1.2. Информационные ресурсы. Классификация мировых информационных ресурсов</p> <p>1.3. Информационный потенциал и информационное общество</p> <p>1.4. Информационная культура. Национальные информационные ресурсы</p>	1. Основные понятия дисциплины «Рынок информационных продуктов и услуг»
			<p>2.1. Рынок информационных ресурсов</p> <p>2.2. Рынок информационных продуктов и услуг</p> <p>2.3. Основные отрицательные и положительные свойства платности информационных продуктов и услуг</p> <p>2.4. Рынок информационных онлайн-услуг</p> <p>2.5. Системы сетевых коммуникаций</p> <p>2.6. Массовая и потребительская информация</p> <p>2.7. Технологии Internet в бизнесе</p> <p>2.8. Эффективное использование Web-порталов</p> <p>2.9. Преимущества Internet для бизнеса</p> <p>2.10. Электронный бизнес (e-Business)</p> <p>2.11. Электронная коммерция (e-Commerce)</p>	2. Информация и бизнес
			<p>3.1. Базы данных как информационный ресурс</p> <p>3.2. Различия между OLTP и OLAP системами</p> <p>3.3. Сетевые технологии как мировой информационный ресурс</p> <p>3.4. Мировые информационные сети</p> <p>3.5. Локальная сеть</p> <p>3.6. Варианты соединения компьютеров между собой</p> <p>3.7. Internet как новая среда делового общения</p> <p>3.8. Средства поиска информации в Internet</p> <p>3.9. Адресация в Internet</p> <p>3.10. Профессиональные базы данных</p>	3. Мировые информационные ресурсы и их использование
			<p>4.1. Компьютерная информационная гиперсреда</p> <p>4.2. Push-модель и pull-модель</p> <p>4.3. Связь между абонентами Internet</p> <p>4.4. Форумы первого и второго типа</p> <p>4.5. Чаты. ICQ</p> <p>4.6. Универсальные и специализированные клиенты.</p> <p>4.7. Мобильный Internet</p> <p>4.8. Познавательные и развлекательные технологии Internet</p>	4. Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры

		<p>4.9. Файловые серверы</p> <p>4.10. Приведите примеры популярных познавательных ресурсов.</p> <p>4.11. Реклама в Internet</p> <p>4.12. Рассылки подписчикам (mailing lists, «opt-in» E-mail marketing)</p> <p>4.13. Индивидуальные письма</p> <p>4.14. Сайты. Создание web-страниц</p> <p>4.15. Основными достоинствами HTML-документов</p>	
--	--	---	--

3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Показатели	Оценка	Критерии
<p>знать: (ПК-27)</p> <p>- основы информационных технологий и корпоративных информационных систем;</p> <p>(ПК-28)</p> <p>- основные понятия и современные принципы работы с деловой информацией, а также иметь представление о корпоративных информационных системах и базах данных</p> <p>уметь: (ПК-27)</p> <p>– применять методы и программные средства обработки деловой информации;</p> <p>(ПК-28)</p> <p>- применять информационные технологии для решения управленческих задач</p> <p>владеть: (ПК-27)</p> <p>– навыками работы со специализированными кадровыми компьютерными программами.</p> <p>(ПК-28)</p> <p>- количественными методами решения типовых организационно-управленческих задач;</p> <p>- программами для работы с деловой информацией и основами Интернет-технологий;</p> <p>- специализированными кадровыми компьютерными программами</p>	<p>зачтено</p>	<p>Оценка «зачтено» (компетенции полностью сформированы на этапе «Изучение дисциплины») выставляется в случае, если студент:</p> <p>Оценка «зачтено» (компетенции полностью сформированы на этапе «Изучение дисциплины») выставляется в случае, если студент:</p> <ul style="list-style-type: none"> – глубоко усвоил материал, исчерпывающе полно, четко и логически последовательно его излагает; – демонстрирует высокие знания в определении своего профессионального становления, содержания основных нормативных правовых документов профильного образования; – знает основные подходы к организации научно-практической работе в вузе; – умеет формулировать, обобщать экономическую информацию, работать с информацией согласно принципам информационного общества; – владеет современным понятийным аппаратом экономической информатики и современными технологиями информационного представления и обмена; – умеет готовить обзоры научной литературы и электронных информационно-образовательных ресурсов для профессиональной деятельности.
	<p>незачтено</p>	<p>Оценка «незачтено» (компетенции не сформированы на этапе «Изучение дисциплины») выставляется в случае, если студент демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> – существенные пробелы в знании программного материала; – принципиальные ошибки при выполнении практических заданий, направленных на применение программного материала; – невозможность применения основных положений программного материала.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности

Цель и задачи дисциплины ФТД.В.02 Рынок информационных продуктов и услуг представлены в разделе 1 настоящей рабочей программы. Место дисциплины в структуре образовательной программы представлено в разделе 2 настоящей рабочей программы. Распределение объема дисциплины по формам обучения с указанием видов учебных занятий представлено в разделе 3 настоящей рабочей программы. Содержание дисциплины указано в разделе 4 настоящей рабочей программы.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы студентов по дисциплине находятся в свободном доступе в соответствии с разделом 6 настоящей рабочей программы.

При изучении дисциплины необходимо использовать литературу, указанную в разделе 7 настоящей рабочей программы, а также перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», представленных в разделе 8 настоящей рабочей программы.

Консультации для студентов по дисциплине проводятся в соответствии с графиком проведения консультаций, представленном на стенде кафедры, за которой закреплена указанная дисциплина.

К зачету допускаются студенты очной формы обучения, которые выполнили, оформили и защитили все лабораторные работы, предусмотренные в конкретном семестре. Методические указания по выполнению и оформлению представлены в разделе 9.1. настоящей рабочей программы.

К зачету допускаются студенты заочной формы обучения, которые выполнили, оформили и защитили практическую работу, предусмотренную в конкретном семестре и теоретически подготовлены по всем вопросам, владеют навыками эффективного применения основных методов, законов эконометрики.

Информационные технологии, используемые при освоении дисциплины, перечислены в разделе 10 настоящей рабочей программы.

Оценка знаний, умений, навыков осуществляется в процессе промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине, которая осуществляется в виде зачета. Для оценивания знаний, умений, навыков используются ФОС по дисциплине.

Зачет проводится в устной форме по выданному преподавателем заданию.

По итогам выполненного задания преподаватель оценивает уровень знаний, умений, навыков. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, сформированных по итогам изучения дисциплины, представлено в разделе 3 Приложения 1 настоящей рабочей программы. Основными оценочными средствами при проведении промежуточной аттестации являются вопросы к зачету.

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

Рынок информационных продуктов и услуг

1. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование системы знаний о современном рынке информационных услуг, его информационном обеспечении, об особенностях информационных ресурсов Российской Федерации; рассмотрение основных характеристик мирового и российского рынков информационных услуг; профессиональных баз данных и деловых ресурсов Интернета; ознакомление с особенностями средств массовой информации в современной структуре мирового сообщества.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование у студентов общих представлений о современном рынке информационных продуктов и услуг;
- формирование знаний о работе с информацией в глобальных компьютерных сетях;
- формирование знаний о теоретических основах и практическом применении баз данных и деловых ресурсов Интернета;
- способность анализировать рынок программно-технических средств, информационных продуктов и услуг для решения прикладных задач и создания информационных систем;
- выработать практические навыки по использованию пакетов прикладных программ, получить практический опыт их применения для решения типовых задач экономики (Excel, STATISTICA, SPSS и др.).

2. Структура дисциплины

2.1. Распределение трудоемкости по отдельным видам учебных занятий, включая самостоятельную работу: лекций – 17 часов, практические занятия – 18 часов, самостоятельная работа обучающихся – 37 часа.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часов, 2 зачетных единицы.

2.2 Основные разделы дисциплины:

1. Основные понятия дисциплины
2. Информация и бизнес
3. Мировые информационные ресурсы и их использование
4. Технология и практика взаимодействия пользователей с мировыми ресурсами через сетевые структуры

3. Планируемые результаты обучения (перечень компетенций)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-27 - Способность владеть методами и программными средствами обработки деловой информации, навыками работы со специализированными кадровыми компьютерными программами, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы при решении задач управления персоналом;

ПК-28 - Способность знать корпоративные коммуникационные каналы и средства передачи информации, владеть навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций

4. Вид промежуточной аттестации: зачет.

*Протокол о дополнениях и изменениях в рабочей программе
на 20__-20__ учебный год*

1. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие дополнения:

2. В рабочую программу по дисциплине вносятся следующие изменения:

Протокол заседания кафедры № _____ от «__» _____ 20__ г.,
(разработчик)

Заведующий кафедрой _____
(подпись)

(Ф.И.О.)

Программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом от «14» декабря 2015 г. № 1461

для набора 2018 года и учебным планом ФГБОУ ВО «БрГУ» для очной формы обучения от «12» марта 2018 г. № 130, заочной формы обучения от «12» марта 2018 г. № 130

Программу составил:

Герашенко Л.А., доцент баз. МиИТ, доцент, к.пед..н. _____

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании базовой кафедры МиИТ

от «19» декабря 2018 г., протокол № 8

И.о. заведующего базовой кафедрой МиИТ _____ Е.И. Луковникова

СОГЛАСОВАНО:

И.о. заведующего выпускающей базовой кафедрой МиИТ _____ Е.И. Луковникова

Директор библиотеки _____ Т.Ф. Сотник

Рабочая программа одобрена методической комиссией факультета ФЭиУ

от «28» декабря 2018 г., протокол № 4

Председатель методической комиссии факультета _____ Е.В. Трапезникова

СОГЛАСОВАНО:

Начальник учебно-методического управления _____ Г.П. Нежевец

Регистрационный № _____