

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.ДВ.04.02
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Анализ рынков и защита информации
(наименование дисциплины)

по направлению подготовки

38.03.01 Экономика

направленность (профиль)

Бизнес-аналитика

Форма обучения: очная

Год набора: 2020

Общая трудоемкость: 4 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр		5	Итого
Форма контроля		зачет	
Вид занятий			
Лекции		16	16
Лабораторные		-	-
Практические		16	16
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		-	-
Промежуточная аттестация		0,25	0,25
Контактная работа		32,25	32,25
Самостоятельная работа		111,75	111,75
Контроль		-	-
Итого		144	144

Тольятти, 2020

Рабочую программу составил:
Доцент департамента бакалавриата (экономических и управленческих программ),
к.э.н., доцент Филиппова О.А.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

☒ * Отсутствует

☐ Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана
направления подготовки

38.03.01 Экономика

Срок действия рабочей программы дисциплины до «12» сентября 2023 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании департамента бакалавриата (экономических и управленческих программ)

(протокол заседания № 2 от «12» сентября 2019 г.).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – изучение теоретических и практических основ проведения анализа и прогнозирования рынка, а также навыков защиты информации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули): вариативная часть: дисциплины по выбору».

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: «Цифровая культура», «Проектная деятельность», «Правоведение», «Экономико-правовое сопровождение бизнеса», «Исследования рынка» и «Методы исследования и прогнозирования».

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: «Экономическая и информационная безопасность», «Управление рисками в бизнесе» и «Моделирование и анализ процессов».

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
способностью собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (ПК-1)	-	Знать: основные методы сбора и анализа данных, а также расчета экономических и социально-экономических показателей
		Уметь: собирать исходные данные и проводить анализ рынка на основе расчёта экономических и социально-экономических показателей
		Владеть: навыками сбора и анализа исходных данных, необходимых для расчета экономических и социально-экономических показателей при проведении анализа рынка
способностью на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность	-	Знать: типовые методики и действующую нормативно-правовую базу для проведения анализа рынка, а также стандарты и требования к защите информации
		Уметь: на основе типовых методик и действующей

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
хозяйствующих субъектов (ПК-2)		нормативно-правовой базы проводить анализ рынка
		Владеть: навыками принятия управленческих решений на основе результатов анализа рынка и с учётом действующей нормативно-правовой базы

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел) Использование экономических	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
1. Виды и методы анализа рынка.	Лек	Основные методы и общая характеристика анализа рынка.	5	2	10	-	Тестирование Выступление с презентацией по выбранной теме
	Пр			-			
	Ср			30			
	Лек	Основы методологии анализа рынка товаров и услуг. Практическая работа №1 Анализ и оценка зрелости рынка товаров и услуг (2ч.) Практическая работа №2 Проведение конкурентного анализа на рынке товаров и услуг. (4ч.)	5	4	20	-	Тестирование Отчёт по практическим работам № 1,2 Выступление с презентацией по выбранной теме
	Пр			6			
	Ср			45			
	Лек	Методы анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка. Практическая работа №3 Анализ и прогнозирование рынка.	5	4	10	-	Тестирование Отчёт по практической работе № 3 Выступление с презентацией по выбранной теме
	Пр			4			
	Ср			30,75			
	Лек	Методы анализа фондовых рынков. Практическая работа №4 Модели ценообразования опционов. (2ч.) Практическая работа №5 Анализ и моделирование цен на акции. (2ч.)	5	2	30		Тестирование Отчёт по практическим работам № 4,5 Выступление с презентацией по выбранной теме
	Пр			4			
	Ср						
2. Основы защиты экономической информации	Лек	Российский рынок информационной безопасности.	5	2	10		Тестирование Выступление с презентацией по выбранной теме
	Пр			-			
	Ср						
	Лек	Определение и нормативное закрепление состава защищаемой информации. Определение объектов защиты.	5	2	10		Тестирование Отчёт по практической работе № 6

Модуль (раздел) Использование экономических	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Пр	Практическая работа №6 Определение объектов защиты и выделение угроз информационной безопасности предприятия.		2			Выступление с презентацией по выбранной теме
	Ср						
Промежуточная аттестация			5	0,25	-	-	
Бонусные баллы			5				
		Посещаемость			10		
Итого:				144	100		

Схема расчета итогового балла: Текущий рейтинг + Бонусные баллы

5. Образовательные технологии

С целью формирования компетенций у студентов в учебном процессе используется технология традиционного обучения.

6. Методические указания по освоению дисциплины

Изучение дисциплины предусматривает чтение лекций, проведение практических занятий, самостоятельное изучение специальной литературы по вопросам программы, заданий из соответствующего практикума.

Виды самостоятельной работы студентов:

1. Повторение пройденного учебного материала, чтение рекомендованной литературы;
2. подготовку к практическим занятиям;
3. работу с электронными источниками;
4. подготовку к сдаче зачета.

Изучение теоретического материала определяется рабочей учебной программой дисциплины, включенными в нее календарным планом изучения дисциплины и перечнем литературы; рекомендуется при подготовке к занятиям повторить материал предшествующих тем рабочего учебного плана, а также материал предшествующих учебных дисциплин, который служит базой изучаемого раздела данной дисциплины.

При подготовке к практическому занятию необходимо изучить материалы лекции, рекомендованную литературу. Изученный материал следует проанализировать в соответствии с планом занятия, затем проверить степень усвоения содержания вопросов.

При подготовке к зачету следует руководствоваться перечнем вопросов для подготовки к итоговому контролю по курсу. При этом необходимо уяснить суть основных понятий дисциплины.

Самостоятельная работа студентов, прежде всего, заключается в изучении литературы, дополняющей материал, излагаемый в лекционной части курса. Необходимо овладеть навыками библиографического поиска, в том числе в сетевых Интернет-ресурсах, научиться сопоставлять различные точки зрения и определять методы исследований.

Предполагается, что, прослушав лекцию, студент должен ознакомиться с рекомендованной литературой из основного списка, затем обратиться к источникам, указанным в библиографических списках изученных книг, осуществить поиск и критическую оценку материала на сайтах Интернет, собрать необходимую информацию.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
5	ПК-1	Тестирование Отчёты по практическим работам №1-5 Выступление с презентацией по выбранной теме Вопросы к зачёту
5	ПК-2	Тестирование Отчёты по практическим работам №1-6 Выступление с презентацией по выбранной теме Вопросы к зачёту

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1. Типовые практические задания

Практическое задание № 1

Задания:

Провести анализ и оценку зрелости рынка товаров и услуг. Определить переменную матрицу - степень зрелости рынка. Определить переменную матрицу - устойчивость позиции компании в отрасли. В соответствии с матрицей выбрать одну из возможных стратегий в качестве отправной точки стратегического планирования. Работу оформить в виде отчета.

Критерии оценки:

1 балл - студент присутствовал на занятии, выполнил методические указания фрагментарно;

5 баллов - студент выполнил методические указания не в полном объеме, есть замечания по отчёту;

8 баллов - студент выполнял методические указания в полном объеме, но есть замечания по отчёту;

10 баллов - студент выполнил методические указания в полном объеме, отчёт без замечаний, ответы содержательные и полные, применён творческий подход к выполнению задания

Практическое задание № 2

Задания:

Осуществить проведение конкурентного анализа на рынке товаров и услуг. Провести пошагово: анализ внутриотраслевой конкуренции, составление карты конкурентов, сравнительный анализ продукта и ассортимента компании, сравнительный анализ цен, сравнительный анализ дистрибуции и распределения продукта, сравнительный анализ позиционирования товаров, сравнительный анализ методов продвижения и бюджетов, анализ целевой аудитории, анализ технологий и ресурсов, краткий SWOT анализ. Работу оформить в виде отчета.

Критерии оценки:

5 баллов - студент присутствовал на занятии, выполнил методические указания фрагментарно;

10 баллов - студент выполнил методические указания не в полном объеме, есть замечания по отчёту;

16 баллов - студент выполнял методические указания в полном объеме, но есть замечания по отчёту;

20 баллов - студент выполнил методические указания в полном объеме, отчёт без замечаний, ответы содержательные и полные, применён творческий подход к выполнению задания

Практическое задание № 3

Задания:

Осуществить анализ и прогнозирование рынка на основе данных, предложенных преподавателем. Провести анализ динамики показателей и построить поле их корреляции. На основе линейной модели прогноза составить сценарий развития выбранного рынка РФ, использовать графики. Определить совпадающие и опережающие макроиндикаторы, на основе чего сформировать корреляционную матрицу. Работу оформить в виде отчета.

Критерии оценки:

1 балл - студент присутствовал на занятии, выполнил методические указания фрагментарно;

5 баллов - студент выполнил методические указания не в полном объеме, есть замечания по отчёту;

8 баллов - студент выполнял методические указания в полном объеме, но есть замечания по отчёту;

10 баллов - студент выполнил методические указания в полном объеме, отчёт без замечаний, ответы содержательные и полные, применён творческий подход к выполнению задания

Практическое задание № 4**Задания:**

Построить модели ценообразования опционов (по заданию преподавателя). Провести анализ прибыли от опционов, изучить и применить модель Блэка-Скоулза для оценки опционов, изучить и применить биномиальную модель ценообразования для опционов. Работу оформить в виде отчета.

Критерии оценки:

1 балл - студент присутствовал на занятии, выполнил методические указания фрагментарно;

5 баллов – студент выполнил методические указания не в полном объеме, есть замечания по отчёту;

8 баллов - студент выполнял методические указания в полном объеме, но есть замечания по отчёту;

10 баллов - студент выполнил методические указания в полном объеме, отчёт без замечаний, ответы содержательные и полные, применён творческий подход к выполнению задания

Практическое задание № 5**Задания:**

Провести анализ и моделирование цен на акции (по заданию преподавателя). Провести анализ курса акций с помощью логнормального распределения, осуществить моделирование цен на акции и распределение средств между активами инвестиционного портфеля. Работу оформить в виде отчета.

Критерии оценки:

5 баллов - студент присутствовал на занятии, выполнил методические указания фрагментарно;

10 баллов - студент выполнил методические указания не в полном объеме, есть замечания по отчёту;

16 баллов - студент выполнял методические указания в полном объеме, но есть замечания по отчёту;

20 баллов - студент выполнил методические указания в полном объеме, отчёт без замечаний, ответы содержательные и полные, применён творческий подход к выполнению задания

Практическое задание № 6

Задания:

Для выполнения лабораторной работы необходимо выбрать конкретное предприятие и провести анализ его деятельности.

1. Описание и анализ деятельности должны включать следующие сведения: основные направления деятельности; описание существующего документооборота предприятия; программное и аппаратное обеспечение предприятия.

2. Подготовить функциональную модель разработки КСЗИ для вашего предприятия с помощью BPWin (2-3 уровня детализации).

3. Выделить информационные активы предприятия, подлежащие защите.

4. На основе примеров, построить деревья угроз для выбранного предприятия.

Критерии оценки:

1 балл - студент присутствовал на занятии, выполнил методические указания фрагментарно;

5 баллов - студент выполнил методические указания не в полном объеме, есть замечания по отчёту;

8 баллов - студент выполнял методические указания в полном объеме, но есть замечания по отчёту;

10 баллов - студент выполнил методические указания в полном объеме, отчёт без замечаний, ответы содержательные и полные, применён творческий подход к выполнению задания

7.2.2 Типовые темы для выступлений

Перечень дискуссионных тем:

1. Современные технологии стратегического маркетингового анализа
2. Современные методы оценки внешней среды предприятия
3. Анализ тенденций развития факторов макровнешней среды предприятия
4. Анализ тенденций развития рынка и его сегментов
5. Анализ потребителей и потребительских предпочтений
6. Анализ состояния и динамики конкурентной среды
7. Проблемы оценки конкурентоспособности предприятия
8. Анализ комплекса маркетинга
9. Анализ оценка стратегического потенциала предприятия.
10. Методы анализа эффективности рыночной деятельности.
11. Факторы, влияющие на организацию КСЗИ.
12. Определение и нормативное закрепление состава защищаемой информации.
13. Определение объектов защиты.
14. Анализ и оценка угроз безопасности информации: выявление и оценка источников, способов и результатов дестабилизирующего воздействия на информацию.
15. Определение потенциальных каналов и методов несанкционированного доступа к информации.

Критерии оценки:

1. Студент выступает с проблемным вопросом (5 баллов)
 2. Высказывает собственное суждение по вопросу, аргументировано отвечает на вопросы оппонентов (2 балла)
 3. Грамотно и четко формулирует вопросы к выступающим (3 балла)
- Максимальное количество 10 баллов

7.2.3. Типовые вопросы из банка тестовых заданий для итогового тестирования

1. Наблюдение, при котором наблюдатель фиксирует в изучаемом эпизоде все виды поведения, – это такое наблюдение:

- а) неструктурированное
- б) структурированное
- в) скрытое

2. Вид традиционного анализа документов, представляющий собой исследование содержания документа, – это такой анализ информации:

- а) прямой
- б) внутренний
- в) косвенный

3. Если шанс единицы выборки быть включенными в выборку неизвестен, то выборка называется:

- а) вероятностной (случайной)
- б) репрезентативной (представительной)
- в) невероятностной (неслучайной)

4. Членами таких панелей выступают индивидуальные покупатели, семьи или домашние хозяйства:

- а) традиционных
- б) общедоступных
- в) потребительских

5. В процессе анализа исследователь выделяет основные значимые высказывания, полученные на группе, и переносит их в специальную таблицу:

- а) адресную
- б) кодировочную
- в) абонентскую

6. На Западе считается, что столько % работы исследователя в качественных маркетинговых исследованиях – это работа в непосредственном контакте с заказчиком:

- а) 60
- б) 50
- в) 40

7. Такая характеристика шкалы, как ..., используется, когда известна абсолютная разница между дескрипторами, которая может быть выражена в количественных единицах:

- а) расстояние
- б) описание
- в) порядок

8. В количественном маркетинговом исследовании базовым обычно является:

- а) фокус-группы
- б) серия фокус-групп
- в) опрос

9. Такие панели могут быть созданы для изучения отдельных товаров или товарных групп:

- а) потребительские
- б) специализированные
- в) традиционные

10. Шкала ... указывает только относительную разницу между измеряемыми объектами:

- а) наименований
- б) порядка
- в) отношений

11. С помощью качественного маркетингового исследования нельзя изучать:

- а) скорость обращения денег
- б) поведения разных групп потребителей
- в) выявлять факторы, влияющие на предпочтения

12. В исследованиях ... – это когда исследованию подвергаются лишь наиболее существенные и важные элементы генеральной совокупности:

- а) произвольная выборка
- б) типовая выборка
- в) метод концентрации

13. Предполагают(ет) посещение людей на дому, на рабочем месте или встречу с ними на улице:

- а) индивидуальные интервью
- б) интервью по телефону
- в) групповые интервью

14. Около 80% всех исследовательских фирм проводят как ..., так и ... исследования:

- а) однократные и панельные
- б) количественные и качественные
- в) комплексные и однократные

15. Индивидуальное персональное интервью относится к:

- а) форме отчета
- б) проектированию выборки
- в) методу сбора данных

16. Коррекционные исследования – это исследовательские процедуры:

- а) при проведении анализа результата в маркетинговых исследованиях
- б) отслеживающие выход объекта исследования на рынок
- в) при проведении анализа результата в качественных исследованиях

17. Панельные исследования – это исследовательские процедуры, проводящиеся:

- а) многократно с одним и тем же перечнем вопросов
- б) постоянно в течение заданного периода
- в) на постоянном составе опрошенных

18. Посттесты – это:

- а) тесты, используемые при завершении фокус-групп
- б) исследовательские процедуры по замеру эффективности в конце маркетинговых мероприятий

в) способ анализа результата в маркетинговых исследованиях

19. Метод прямого соотнесения используется для:

- а) количественных исследований
- б) качественных исследований
- в) при проведении опросов

20. С помощью тестов на узнавание:

- а) исследуют взаимосвязь между переменными
- б) изучают степень узнавания оцениваемого рекламного средства
- в) проверяют влияние независимых переменных на зависимые

21. Индивидуальное интервью используется для:

- а) проведения эксперимента
- б) вторичных наблюдений
- в) первичных наблюдений

22. Объяснительное (диагностическое) исследование применяется для:

- а) количественных методов исследования
- б) качественных методов исследования
- в) прогноза рыночной ситуации

23. Проба рынка:

- а) разработки нового товара
- б) ознакомление с рынком
- в) испытание эффективности методов сбыта товаров и услуг на ограниченной территории

24. Показателем качества чтения является:

- а) корреспондентский анализ
- б) коэффициент экспонирования
- в) уровень внимания к изданию

25. Стандартные исследования:

- а) исследовательские процедуры, рассчитанные на многих пользователей
- б) исследования, зафиксированные государственным законодательством
- в) исследовательские процедуры, используемые для проведения любого маркетингового исследования

26. Многоступенчатая выборка – это когда:

- а) единицы выбора состоят из групп элементов
- б) исследованию подвергаются разные группы товара
- в) выборка проводится несколько раз подряд

27. Как применение метода демографического соотнесения влияет на размеры целевой аудитории:

- а) уменьшает ее размеры
- б) увеличивает ее размеры
- в) это взаимоисключающие понятия

28. Надежность выборки:

- а) минимизация воздействия посторонних исследований

- б) степень представительности выборки при исследовании рынка
- в) продуманный отбор исследовательских групп

29. Реквизиты, свидетельствующие о степени секретности сведений, содержащихся в их носителе, проставляемые на самом носителе и (или) в сопроводительной документации на него

- ...

- а) гриф секретности;
- б) резолюция секретности;
- в) виза секретности.

30. Грифы секретности для носителей сведений, составляющих государственную тайну:

- а) “особой важности”, “совершенной важности” и “секретно”;
- б) “совершенно важно”, “совершенно секретно” и “секретно”;
- в) “особой важности”, “совершенно секретно” и “секретно”.

31. Гражданин или юридическое лицо, осуществляющие деятельность по эксплуатации информационной системы, в том числе по обработке информации, содержащейся в ее базах данных.

- а) оператор информационной системы
- б) обладатель информации
- в) владелец информации

32. Лицо, самостоятельно создавшее информацию либо получившее на основании закона или договора право разрешать или ограничивать доступ к информации, определяемой по каким-либо признакам;

- а) оператор информационной системы
- б) обладатель информации
- в) владелец информации

33. Как Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. №149 подразделяет информацию в зависимости от категории доступа к ней:

- а) на общедоступную информацию;
- б) на информацию, доступ к которой ограничен федеральными законами (информация ограниченного доступа);
- в) на общедоступную информацию, а также на информацию, доступ к которой ограничен федеральными законами (информация ограниченного доступа).

34. Информация, составляющая профессиональную тайну, может быть предоставлена третьим лицам в соответствии:

- а) с федеральными законами и (или) по решению суда;
- б) с федеральными законами;
- в) по решению суда.

35. Какова должна быть категория объектов информатизации, на которых обрабатывается информация с грифом «Секретно»:

- а) первая;
- б) вторая;
- в) третья.

36. Какова должна быть категория объектов информатизации, на которых обрабатывается информация с грифом «Сов. Секретно»:

- а) первая;

- б) вторая;
- в) третья.

37. Какова должна быть категория объектов информатизации, на которых обрабатывается информация с грифом «Особой важности»:

- а) первая;
- б) вторая;
- в) третья.

38. Укажите основные законы, относящиеся к организации и функционированию системы информационной безопасности и защиты информации

- а) Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- б) Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- в) Доктрина информационной безопасности Российской Федерации

39. Назовите Федеральный закон, который регулирует отношения, возникающие при обеспечении защиты информации:

- а) Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;
- б) Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных»;
- в) Доктрина информационной безопасности Российской Федерации.

40. Какие правовые документы решают вопросы информационной безопасности

- а) Уголовный кодекс РФ
- б) Конституция РФ
- в) Закон "Об информации, информационных технологиях и защите информации"
- г) Закон РФ "Об образовании"
- д) Закон РФ "Об электронной подписи".

Критерии оценки:

Баллы выставляются пропорционально правильным ответам на тестовые вопросы автоматически. Максимум – 100 баллов.

7.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр 5

№ п/п	Вопросы к зачёту
1	Дайте наиболее полное на сегодняшний день определение мирового рынка как экономической категории. Обоснуйте ответ.
2	Как выглядит современная структура мирового рынка? Чем она принципиально отличается от структуры, имевшей место 100 лет назад? 50 лет назад? 20 лет назад?
3	Какие существуют критерии разделения мировых рынков? Приведите примеры классификации рынков по различным критериям.
4	В чем состоит назначение стандартной международной торговой классификации ООН?

№ п/п	Вопросы к зачёту
5	Дайте определение понятию «экономическая конъюнктура». В чем заключается динамичность конъюнктуры как экономической категории?
6	Какие факторы формируют конъюнктуру на мировом рынке? Есть ли среди них случайные факторы?
7	Можно ли предопределить заранее влияние на конъюнктуру циклических факторов?
8	Какие уровни конъюнктуры существуют? Чем отличаются характеристики конъюнктур разного уровня?
9	Каким образом научно-технический прогресс может влиять на состояние конъюнктуры мировых товарных рынков? Приведите примеры такого влияния.
10	Каким образом международные экономические и политические организации могут влиять на состояние конъюнктуры мировых товарных рынков? Приведите примеры такого влияния.
11	В чем состоит основная цель проведения конъюнктурного исследования? Как она соотносится с целями развития предприятия или организациями?
12	Обозначьте принципы и этапы проведения конъюнктурного исследования мирового товарного рынка. В чем состоит особенность проведения конъюнктурного исследования мирового рынка?
13	Каким образом осуществляется группировка конъюнктурообразующих факторов в процессе конъюнктурного исследования?
14	В чем заключается сущность и область применения PEST – анализа?
15	Какие виды и типы экономической информации вы знаете? Какая информация используется при проведении конъюнктурных исследований мировых рынков?
16	Назовите важнейшие источники статистической информации, характеризующей процессы на мировых товарных рынках.
17	Какие методы сбора и систематизации информации вы применяли при выполнении конъюнктурного анализа выбранного вами мирового товарного рынка? Какими источниками вы пользовались? Какие формы записи были для вас наиболее предпочтительными? Обоснуйте ответ.
18	Какие факторы формируют спрос на мировых рынках? Какие факторы формируют спрос на выбранном вами мировом товарном рынке?
19	Какова главная цель сегментации рынка? Дайте развернутый ответ.
20	Чем определяется тип конкуренции на рынке? Приведите примеры рынков с различным типом конкуренции.
21	Какими ключевыми функциональными параметрами обладают товары на выбранном вами мировом товарном рынке? Кто из конкурентов обладает преимуществами по тем или иным параметрам?
22	Какие предприятия или организации можно признать лидерами на тех или иных мировых товарных рынках? По каким признакам можно определить лидеров?
23	Какие стратегии ценообразования существуют на мировых рынках?
24	Насколько сильно влияние брендов на установление мировой цены на тот или иной товар? Приведите примеры мировых товарных рынков, на конъюнктуру которых очень существенно влияет брендовая политика предприятий.
25	Перечислите важнейшие показатели конъюнктуры любого товарного рынка.
26	В чем состоит особенность показателей оценки рыночной конъюнктуры?
27	В чем заключается трудность определения емкости и насыщенности рынка?
28	В чем состоят преимущества и недостатки индексного метода при конъюнктур-ном анализе мировых рынков?
29	В каких случаях целесообразно использовать методы расчета индексов на основе средних простых величин, а в каких – на основе средних взвешенных?
30	Почему индекс Фишера называют идеальным?

№ п/п	Вопросы к зачёту
31	Какие методы используются при расчете индексов мирового фондового рынка?
32	В чем заключаются особенности расчета диффузионных индексов?
33	Целесообразно ли применение диффузионных индексов при конъюнктурном анализе выбранного вами мирового товарного рынка?
34	Каким образом выявляются неявные связи между статистическими показателями конъюнктуры?
35	Что позволяет выявить корреляционно-регрессионный анализ в конъюнктурных исследованиях мировых рынков? Имеют ли чисто экономическую интерпретацию результаты математического анализа статистических данных?
36	Назовите основные причины несопоставимости элементов динамических рядов экономических показателей.
37	Определение и нормативное закрепление состава защищаемой информации.
38	Информационные активы предприятия, подлежащие защите.
39	Общие подходы к анализу и оценке угроз безопасности информации.
40	Внутренние и внешние угрозы информации.
41	Риски в сфере информационной безопасности.
42	Управление рисками. Модель перекрытия.
43	Анализ рисков информационной безопасности.
44	Принципы организации комплексной защиты информации на предприятии.
45	Требования к комплексной системе защиты информации на предприятии.

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
5	Зачет (по накопительному рейтингу)	Отлично (зачтено)	Студент набрал 85 и более баллов по накопительному рейтингу
		Хорошо (зачтено)	Студент набрал от 70 до 84 баллов по накопительному рейтингу
		Удовлетворительно (зачтено)	Студент набрал от 55 до 69 баллов по накопительному рейтингу
		Неудовлетворительно (не зачтено)	Студент набрал 54 и менее баллов по накопительному рейтингу

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1.	Дадян Э. Г., Зеленков Ю. А.	Экономическая безопасность	учебное пособие	2017	ЭБС «Лань»
2.	Михайлов, А. Ю.	Технический анализ и трейдинг на финансовом рынке	учебное пособие	2020	ЭБС "ZNANIUM.COM"
3.	Партыка Т.Л., Попов И.И.	Информационная безопасность	учебное пособие	2019	ЭБС "ZNANIUM.COM"
4.	Фабоцци, Ф. Д.	Рынок облигаций: Анализ и стратегии	учебный курс	2016	ЭБС "ZNANIUM.COM"

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1.	Коллектив авторов: Бобошко Н.М. и др	Актуальные проблемы обеспечения экономической безопасности	Сборник научных трудов	2016	ЭБС "ZNANIUM.COM"
2.	Лихтенштейн В.Е.	Информационные технологии в бизнесе	учебное пособие	2018	ЭБС «IPRbooks»
3.	Негашев Е.В.	Аналитическое моделирование финансового состояния компании	монография	2019	ЭБС "ZNANIUM.COM"
4.	Рой, Л. В.	Анализ отраслевых рынков	учебник	2008	ЭБС "ZNANIUM.COM"

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- КонсультантПлюс — Режим доступа к журн.: <http://www.consultant.ru/>
- Гарант.РУ [Электронный ресурс] : информационно-правовой портал — Режим доступа к журн.: <http://www.garant.ru/>
- Scopus [Электронный ресурс] : реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004– . – Режим доступа : scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва : НЭБ, 2000– . – Режим доступа : elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- WebofScience [Электронный ресурс]: мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2016–. – Режим доступа: apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Портал выбора технологий [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru>
- Education Technology Community [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ihrim.org>

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно
2	Office Standart	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно; Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия - бессрочно

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

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (С-709)	Столы ученические двухместные (моноблок), стол ученический двухместный, стол преподавательский, стул преподавательский, доска аудиторная (маркерная), доска аудиторная (меловая), трибуна, проектор, экран; компьютер.
3	Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для проведения лабораторных работ. Учебная	Столы ученические двухместные, Столы преподавательские, стулья, доска аудиторная (маркерная), доска аудиторная (меловая), экран, кресло., шкафы, стенды, электропит,

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
	аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации (С-802)	огнетушитель, ПК, принтер, компьютер, монитор, проектор, беспроводной маршрутизатор , принтер.
4	Помещение для самостоятельной работы студентов (Г-401)	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет