

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ  
Декан ФУП

УТВЕРЖДАЮ /Н.И. Ларионова/  
(Ф.И.О. декана (директора института))

27.02.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б.1.2.17 Цифровое общество и управление цифровой репутацией

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки  
(специальность)

09.03.02 Информационные системы и технологии

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Информационные платформы и экосистемы цифрового  
государства

Курс 4  
Семестр 7

**Распределение учебного времени**

Трудоемкость по учебному плану	108 / 3	часов/зачетных единиц
Лекции	16	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	32	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	48	часов
Контактная работа по экзамену	-	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	60	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	-	часов
Экзамен	-	семестр
Зачет	7	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 09.03.02 Информационные системы и технологии

Программу составили:

заведующий кафедрой с ученой степенью кандидата наук	УиП	СОГЛАСОВАНО	Т.В. Ялялиева
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)
старший преподаватель	УиП	СОГЛАСОВАНО	С.В. Краснова
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина  
Кафедра управления и права

22.02.2023	протокол №	4	(наименование кафедры)
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	Т.В. Ялялиева	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими)  
кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	Т.В. Ялялиева
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит  
выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	С.В. Краснова
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Майкова Ольга Михайловна, директор ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ "ЦЕНТР ИНФОРМАЦИОННЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ И ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 01.03.2023 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

## Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. ПК-3 Способен создавать и актуализировать цифровые инструменты для принятия управленческих решений в государственном и муниципальном управлении	ПК 3.1 Способен выполнять концептуальное, функциональное и логическое проектирование систем среднего и крупного масштаба и сложности	<b>знания:</b> теоретических основ проектирования крупного масштаба и сложных систем; стандарты оформления технических заданий; методы концептуального, функционального и логического проектирования систем <b>умения:</b> формулировать цели, исходя из анализа проблем, потребностей и возможностей; разрабатывать технико-экономическое обоснование; декомпозировать функции на подфункции; алгоритмизировать деятельность <b>навыки:</b> концептуального, функционального и логического проектирования
	ПК 3.2 Анализирует проблемную ситуацию заинтересованных лиц, собирает необходимую информацию для инициации проекта, выбирает методики разработки требований к системе и шаблоны документов требований к системе	<b>знания:</b> теоретических основ анализа проблемной ситуации, выявления заинтересованных лиц, сбора необходимой информации для инициации проекта <b>умения:</b> анализировать проблемную ситуацию, выявлять заинтересованных лиц, собирать необходимую информацию для инициации проекта, выбирать методики разработки требований к системе и шаблоны документов, требований к системе <b>навыки:</b> анализа проблемной ситуации, выявления заинтересованных лиц, сбора необходимой информации для инициации проекта

## Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к элективным дисциплинам (модулям) ОПОП.

Дисциплина является элективной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Информационно-аналитическое обеспечение управления (ПК-3), Цифровое планирование и прогнозирование в государственном и муниципальном управлении (ПК-3), Информационно-аналитическое обеспечение управления (ПК-3), Цифровое планирование и прогнозирование в государственном и муниципальном управлении (ПК-3); практик: Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика (ПК-3), Производственная практика. Технологическая (проектно-технологическая) практика (ПК-3)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих практиках: Преддипломная практика (ПК-3); государственной итоговой аттестации в форме: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (ПК-3)

### Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: лекционные занятия, практические занятия, процедуры самообучения

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: задания, информационные, классическая лекция, проблемная лекция

### Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 7 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
<b>Цифровое общество и управление цифровой репутацией</b>	<b>108</b>	ПК-3
Лекция. Информационное общество: становление и развитие	2	
Лекция. Россия и глобальное информационное общество	3	
Лекция. Информация, знания, управление и образование в информационном обществе	3	
Лекция. Информационная культура как новый тип культуры информационного общества	2	
Лекция. Интернет как фактор формирования информационного общества	3	
Лекция. Организация обучения цифровой компетенции населения в контексте формирования общества знания	3	
Практическое занятие. Что такое цифровая репутация: сущность и значение информации в развитии современного информационного общества и ее взаимосвязи с личной, профессиональной и корпоративной репутацией, опасности и угрозы, возникающие в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия в социальных сетях.	6	
Практическое занятие. Целевая аудитория в сети: формирование аудитории в цифровом измерении, ее возрастные, гендерные и иные характеристики, основные критерии эффективности коммуникации с группами целевой общественности в социальных сетях, активная целевая аудитория наиболее популярных социальных сетей, основные рекомендации по поиску и набору своей целевой аудитории	6	
Практическое занятие. Стратегия управления цифровой репутацией: алгоритмы работы с цифровой репутацией, самопрезентация, мониторинг, работа с негативом, работа с позитивом, SERM, брендинг, понятия автоматического и ручного мониторинга, основные отличия между личной, профессиональной и корпоративной цифровой репутацией	6	
Практическое занятие. Стратегия управления профессиональной репутацией в сети на примере госслужащих: нормативное регулирование деятельности госслужащих в Сети, ответственность за утаивание сведений об активности в Сети, рекомендации по поведению в Сети, правила поведения в Сети, включая личные страницы	6	

Практическое занятие. Управление конфликтами в социальных сетях: варианты снижения репутационных рисков, виды конфликтов в Сети, рекомендации для решения конфликтов в социальных сетях	8	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение Изучение лекционного материала, подготовка к текущему контролю, изучение нормативно-правовых актов, дополнительного материала, решение задач, конспектирование материалов, составление глоссария	60	
Иная контактная работа:	0	

## Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины Цифровое общество и управление цифровой репутацией рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

**Занятия лекционного типа** дают систематизированные знания по дисциплине Цифровое общество и управление цифровой репутацией, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации.

Подготовка к **занятиям семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины Цифровое общество и управление цифровой репутацией. Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины Цифровое общество и управление цифровой репутацией, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины Цифровое общество и управление цифровой репутацией, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Формой промежуточной аттестации по дисциплине Цифровое общество и управление цифровой репутацией является зачёт.

## Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		

1.	Грибанов, Ю. И. Цифровая трансформация бизнеса [Электронный ресурс] : учебное пособие / Грибанов Ю. И., Руденко М. Н. 2-е изд. Москва: Дашков и К, 2021. - 213 с. ISBN 978-5-394-04192-1.	<a href="https://e.lanbook.com/book/174008">https://e.lanbook.com/book/174008</a>
2.	Гухман, В. Б. Информационное общество [Электронный ресурс] / Гухман В. Б. 2-е изд. Москва: ИНТУИТ, 2016. - 173 с.	<a href="https://e.lanbook.com/book/100596">https://e.lanbook.com/book/100596</a>
3.	Рева, В. Е. Управление репутацией [Электронный ресурс] : учебное пособие / Рева В. Е. Москва: Дашков и К, 2018. - 136 с. ISBN 978-5-394-02209-8.	<a href="https://e.lanbook.com/book/119221">https://e.lanbook.com/book/119221</a>
4.	Суртаева, О. С. Цифровизация в системе инновационных стратегий в социально-экономической сфере и промышленном производстве [Электронный ресурс] : монография / Суртаева О. С. 2-е изд. Москва: Дашков и К, 2021. - 154 с. ISBN 978-5-394-04145-7.	<a href="https://e.lanbook.com/book/174010">https://e.lanbook.com/book/174010</a>
5.	Бочаров, И. М. Управление знаниями в цифровой экономике: теоретико-методологические аспекты [Электронный ресурс] : монография / Бочаров И. М. 2-е изд. Москва: Дашков и К, 2021. - 96 с. ISBN 978-5-394-04184-6.	<a href="https://e.lanbook.com/book/174004">https://e.lanbook.com/book/174004</a>
6.	Каптерев, А. И. Управление знаниями: история, теории, технологии [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Каптерев А. И. Санкт-Петербург: Лань, 2023. - 264 с. ISBN 978-5-507-45824-0.	<a href="https://e.lanbook.com/book/319397">https://e.lanbook.com/book/319397</a>
<b>ЭЛЕКТРОННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ</b>		
1.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	<a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>
2.	Научная электронная библиотека «Киберленинка»	<a href="http://cyberleninka.ru">http://cyberleninka.ru</a>
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ</b>		
1.	Справочно-правовая система Консультант+	<a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>
2.	Информационно-правовой портал Гарант	<a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>

## 6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	412 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP-X2511 N (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio

			Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
2.	508 (I)	ПК RAY B314,3.(клав.,мышь оптич.,пачкорд,ИДТО ,монитор 21,5 " View Sonic VA2248-LEG (2), Проектор мультимедийный Hitachi CP-X 444 (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
3.	329 (I)	Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
4.	329а (I)	Телевизор LG 55" 55 LB650V (2), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

## Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
  - умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
  - умение применять теоретические знания при решении практических заданий.
- Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий	Зачтено

### 7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

### 7.2. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

1. Управление цифровой репутацией – это значит:

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

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

- А. Верно Б. Неверно

3. Влияет ли цифровая репутация напрямую на прибыль бизнеса?

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

4. Как можно оценить цифровую репутацию бизнеса или персоны?

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

Г. Провести опрос в соцсетях

5. В чем отличие OMR от SERM?

А. Это разные аббревиатуры одного понятия, которое означает набор методов по выводу негатива о персоне или бизнесе из Сети

Б. SERM – это часть общей стратегии по управлению цифровой репутацией бизнеса или персоны

В. OMR – это часть работы SERM-специалиста

Г. OMR – это работа с контентом, а SERM – это работа с результатами поисковой выдачи

6. Как используется цифровая репутация бизнеса или персоны?

А. Цифровая репутация – это стартовый капитал для продвижения личного бренда или бизнеса

Б. Цифровая репутация – это резюме для трудоустройства на работу

В. Цифровая репутация – это визитная карточка компании или персоны для первого знакомства

Г. Все вышеперечисленное

Д. Ничего из вышеперечисленного

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

А. Верно

Б. Неверно

8. Сколько времени занимает создание цифровой репутации с нуля?

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

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

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

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

9. Можно ли удалить негатив из Сети?

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

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

В. Полностью удалить нельзя, но можно скрыть

Г. Верно все вышеперечисленное

10. Что такое «Эффект Стрейзанд»?

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

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

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

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

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

А. 2–3 месяца

Б. зависит от количества негатива, который требуется нивелировать

В. 1–2 месяца

Г. 3–6 месяцев

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

упоминанием персоны или бизнеса

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

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

13. Большинство пользователей просматривают в результатах поисковой выдачи:

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

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

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

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

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

16. Что такое целевая аудитория в Сети?

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

17. Какова ваша потенциальная сетевая аудитория?

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

18. Максимальное доверие у целевой аудитории в Сети вызывают:

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

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

- А. на ваших площадках стали появляться негативные отзывы

- Б. количество негатива в регулярных мониторингах упоминания вашего бизнеса или персоны превышает среднестатистические показатели на 15-20%
- В. в течение пары часов на различных сетевых площадках появилось несколько десятков негативных упоминаний вашего бизнеса или персоны
- Г. произошел резкий отток подписчиков и друзей с ваших сетевых площадок
20. Верно ли утверждение, что основные составляющие стратегии цифровой репутации одинаковы как для крупного бизнеса, так и для обычного пользователя Сети?
- А. Верно
- Б. Неверно

### Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

1. Исследования в области искусственного интеллекта.
2. Экспертные системы.
3. Свойства интеллектуальных систем.
4. Нейронные сети и машинное обучение.
5. Методы восходящей парадигмы.
6. Методы нисходящей парадигмы.
7. Интуитивный, логический и символичный подходы.
8. Структурный, эволюционный и квазибиологический подходы.
9. Генетический алгоритм.
10. Гибридная парадигма. Агентный подход.
11. Построение рациональных агентов.
12. Роевой интеллект.
13. Распознавание образов.
14. Машинное обучение.
15. Искусственные нейронные сети.
16. Обработка естественного языка.
17. Чат-боты, их функции.
18. Статистический метод. Цепи Маркова.
19. Формальный метод.
20. Семантическая свертка.
21. Нейросетевой библиотекой компании Google TensorFlow.
22. DialogFlow.

23. Редактирование и тестирование чат-бота.
24. Тренировка агента на основе диалогов.
25. Сущности, параметры, переменные.
26. Методы и технологии искусственного интеллекта.
27. Машинное обучение.
28. Гибридная парадигма построения искусственных интеллектуальных систем.
29. Особенности цифровизации экономических процессов.
30. Роль государства в использовании цифровых платформ.
31. Реализация продаж с использованием сетевых информационных технологий.
32. Виды цифровых платформ. Общая характеристика операций блокчейна.
33. Понятие криптовалют.
34. Виртуализация экономических процессов.
35. Стандарты обеспечения информационной безопасности.
36. Что такое новые финансовые структуры и при чем здесь цифровая репутация?
37. Почему во вселенной Стартрека отсутствуют деньги?
38. Что такое сетевая революция?
39. Назовите три закона роботехники для банковских роботов?
40. Эволюция цифровой эпохи: перечислите все этапы? В чем их различие.
41. Зачем мне рекомендовали к прочтению в данном курсе книгу, посвященную финтеху?
42. Как влияет развитие информационных технологий на рынки труда и профессиональные навыки?
43. Каковы кардинальные и системные изменения, которые вносят в нашу жизнь инновации в информационных технологиях?
44. Что такое Интернет вещей и экономика совместного потребления
45. Почему современному человеку невозможно уйти из Сети?
46. В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация?
47. Как мы определяем «плохую» или «хорошую» цифровую репутацию?
48. Является ли выбранная Вами профессия сферой повышенных репутационных рисков? Если да, то почему?
49. Какие профессии не несут повышенных репутационных рисков? Назовите несколько. Объясните почему?
50. Соответствует ли вы мнению окружающих о вас?
51. Есть ли у вас план, как управлять мнением окружающих о вас?
52. Есть ли у вас свой стиль\образ\бренд?
53. Что вредит тому образу, который сложился у окружающих о вас?

54. Что способствует хорошему мнению окружающих о вас?

55. Помогает ли вам мнение окружающих добиваться поставленных целей?