

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

О.Н. Здрок

«30» июня 2021 г.

Регистрационный № УД-10586/уч.

ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-25 01 12 Экономическая информатика

2021 г.

Учебная программа составлена на основе типового учебного плана по специальности 1-25 01 12 Экономическая информатика, рег. № Е-25-1-011/пр-тип) от 19.05.2021; учебного плана рег. № Е25-1-008уч. от 25.05.2021

СОСТАВИТЕЛИ:

Б.Н. Паньшин, профессор кафедры цифровой экономики экономического факультета БГУ, доктор технических наук, профессор

И.А. Карачун, заведующий кафедрой цифровой экономики экономического факультета БГУ, кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

М.В. Михалевский, заведующий кафедрой «Цифровые технологии и менеджмент в производстве» ГУО «Институт повышения квалификации и переподготовки руководителей и специалистов промышленности «Кадры индустрии»

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой цифровой экономики

(протокол № 10 от 29.06.2021);

Научно-методическим Советом БГУ

(протокол № 7 от 30.06.2021)

Заведующий кафедрой цифровой экономики

И.А. Карачун

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины – углубленное понимание студентами сущности современной информационной (цифровой) культуры как института создания условий для использования возможностей современных информационных (цифровых) экосистем, эффективного взаимодействия отдельных людей и предприятий и их ускоренной адаптации к технологическим инновациям в соответствии с задачами Государственной программы цифрового развития Беларуси на 2021 – 2025 годы.

Задачи учебной дисциплины:

- дать представление о цифровой культуре как общем ресурсе для взаимодействия экономических объектов (индивидуумов и коллективов) в обществе знаний и как инструмента накопления и систематизации навыков и умений в ходе адаптации к новым информационным технологиям;
- системное представление о роли общекультурных ценностей, норм и обычаев в цифровой экономике;
- усвоение базовых принципов и методологии цифровой культуры;
- понимание значимости культуры информационной среды для сокращения издержек на осуществление коммуникаций и стабильной развитие информационных систем и технологий;
- умение применять методологию воплощения ценностей традиционной культуры при формировании контента и осуществлении электронных коммуникаций;
- выработка способности самостоятельно анализировать и применять принципы цифровой культуры в проектировании и создании информационных систем и цифровых платформ;
- понимание тенденций развития информационной (цифровой) культуры и умение учитывать их при проектировании и развитии информационных систем.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием.

Учебная дисциплина относится к модулю «Социально-гуманитарный модуль 2» компонента учреждения высшего образования.

Связи с другими учебными дисциплинами, включая учебные дисциплины компонента учреждения высшего образования, дисциплины специализации и др. Базовыми дисциплинами для изучения курса являются: «Информационные технологии».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Цифровая культура» должно обеспечить формирование следующих компетенций:

универсальные компетенции:

УК-14. Понимать закономерности формирования культурно-творческих характеристик личности, образа мысли и деятельности человека в информационном обществе.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать: особенности культуры информационного общества, цифровой экономики и экономики знаний; сущность и основные подходы применения принципов традиционной культуры при организации электронных бизнесов и Интернет-проектов; современное международное и белорусское законодательство, нормативные документы и методические материалы, регулирующие соблюдение принципов и обычаев традиционной культуры в информационных системах, в электронном бизнесе, в системах электронных коммуникаций; практику применения принципов и обычаев традиционной культуры в информационных системах, в электронном бизнесе, в системах электронных коммуникаций в соответствии с международными стандартами и рекомендациями; вопросы безопасности и рисков при формировании контента, его представления в электронном бизнесе; основную отечественную и зарубежную литературу по современной информационной (цифровой) культуре;

уметь: самостоятельно разрабатывать стратегию сбора, систематизации, анализа и представления информации в социальных системах и в электронном бизнесе; уметь организовать собственную информационную деятельность и работу персонала информационно-аналитических центров и сотрудников ИТ-отделов предприятий и организаций; анализировать информационные и статистические материалы по оценке влияния информационных ресурсов и информационной культуры на конкурентоспособность белорусских предприятий и экономики Беларуси в целом; готовить предложения по использованию принципов и обычаев традиционной культуры в электронных СМИ и в электронном бизнесе в соответствии с национальными, межгосударственными и международными стандартами;

владеть: основной терминологией в сфере культуры в информационном обществе; методиками применения принципов и обычаев традиционной культуры в электронном бизнесе и цифровой экономике в целом; навыками организации личной информационной работы, формирования этичного контента и эффективных электронных коммуникаций; умения организовать работу по формированию этичной информационной среды.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается в 1 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины «Цифровая культура» отведено:

для очной формы получения высшего образования – 72 ч, в том числе 34 аудиторных часа, из них: лекции – 18 ч, практические – 16 ч.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Форма текущей аттестации – *зачет*.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в теорию и практику культуры в информационном обществе.

Основные понятия и определения, роль культуры в развитии экономики и общества, информационные барьеры и информационные революции. Факторы повышения значимости цифровой культуры. Культура как фактор современной эффективной цифровой трансформации, цифровой экономики и экономики знаний.

Тема 2. Факторы усиления роли информационной культуры в структуре знаний современного человека, деятельности корпорации и общества в целом.

Основные функции культуры. Уровни анализа культуры: культура общества, культура социальных групп и культура отдельного человека. Влияние практики электронных сообщений на развитие повседневной речи и делового обмена. Формирование информационного мировоззрения и информационной культуры молодежи. Феномен синдрома «постоянного рассеянного внимания» и его влияние на деловую и личную культуру. Влияние глобальных информационных систем на культурное и технологическое развитие общества.

Тема 3. Эволюция представлений о влиянии культуры на развитие экономики и общества.

Краткая история развития информационной культуры в контексте развития экономики и общества, взаимосвязи степени развития культуры с показателями развития конкурентоспособности, инноваций, экологичности. Технологический аспект понимания информационной культуры. Институциональный аспект рассмотрения роли цифровой культуры. Понятие релевантности и полезности информации.

Тема 4. Информационная культура в социальных сетях.

Социальные сети как феномен современной культуры. Факторы использования социальных сетей для рекламы и продвижения товаров и услуг. Законы коммуникации в социальных сетях. Основные факторы роста клиентской базы социальных сетей и их капитализации. Культура алгоритмических процессов («алгоритмическая культура»).

Тема 5. Основы теории и практики применения методов анализа информации.

Теории измерения, рассеивания и сжатия информации. Понятие энтропии. Понятие «big data». Возможности нелинейной теории волн для анализа больших потоков информации. Возможности применения принципа «золотого сечения» при формировании текстов в электронной форме.

Тема 6. Экономика культуры представления информации для маркетинга и продвижения товаров и услуг.

Принципы формирования фокус-групп в социальных сетях. Информационная поддержка бренда. Учет фактора многоязычия Интернета и фактора ментальности пользователей и культурных отличий при формировании контента и обмена электронными сообщениями.

Тема 7. Информационная культура мобильного Интернета.

Факторы роста мобильных приложений, особенности их разработки и применения в различных отраслях. Формирование тандемов «сайт – мобильный гаджет». Факторы успеха компании Apple и особенности маркетинговой стратегии Стива Джобса, компаний Nokia, Microsoft, Samsung и др. Экономика развлекательного контента. Особенности его формирования и распространения. Новые системы массовых коммуникаций: сеть Wi-Fi, Интернет-телевидение, Skype, Facetime, Facebook, Google+.

Тема 8. Учет фактора культуры в современном информационном менеджменте.

Роль современных информационных технологий и инструментов в организационном управлении. Особенности информационного менеджмента и факторы его эффективности. Подходы к организации работы персонала в соответствии со спецификой интеллектуальной деятельности. Предупреждение конфликтов, этика и эстетика электронных коммуникаций и контента. Современные концепции отбора, анализа и оценки информации в теории и практике управления.

Тема 9. Международные и национальные законодательства и рекомендации по обеспечению нравственного контента в глобальных сетях.

Предупреждение производства и распространения «похабного» контента (порнография, педофилия, наркотики и т.д.), пропаганды терроризма, расовой ненависти, гендерного неравенства, насилия и асоциальной деятельности. Защита от информационного оружия и обеспечение информационной безопасности государства, общества и человека. Плюсы и минусы цензуры контента в Интернет. Мировой опыт обеспечения информационной безопасности. Органы госуправления и правовые нормы в законодательстве Беларуси по организации и технологии защиты от нежелательного контента и обеспечения информационной безопасности.

Тема 10. Информационная культура личности. Значимость информационной культуры для эффективности интеллектуальной деятельности.

Сущность концепции формирования информационной культуры личности. Структура и компоненты информационной культуры личности. Информационная культура, информационная грамотность и компьютерная компетентность. Психологические аспекты предупреждения «интернет-зависимости». Личная «информационная диета». Методы развития способностей человека по восприятию и анализу информации.

Тема 11. Культура электронного бизнеса и электронных коммуникаций.

Информация как фактор снижения энтропии и повышения степени доверия. Формирование честного контента. Предупреждение киберпреступности и кибершпионажа и системный подход обеспечения безопасности личной и корпоративной информации. Культура управления, этика информационного менеджмента и «самоменеджмента».

Тема 12. Теория, практика и перспективы развития информационной (цифровой) культуры.

Формирование информационных моделей как платформы взаимодействия между органами государственного управления, бизнесом и обществом для обеспечения сбалансированного устойчивого развития современного государства.

Тема 13. Цифровая культура как фактор снижения рисков цифровой трансформации

Подходы к оценке рисков цифровой трансформации на различных уровнях: страна, предприятие (отрасль), домашние хозяйства. Подходы к оценке уровня развития цифровой культуры и основные показатели цифровой культуры на макро- и микроуровне.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов в УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Введение в теорию и практику культуры в информационном обществе	1						дискуссия
2	Факторы усиления роли информационной культуры в структуре знаний современного человека, деятельности корпорации и общества в целом	1						контрольная работа, дискуссия
3	Эволюция представлений о влиянии культуры на развитие экономики и общества	1	2					проект, дискуссия
4	Информационная культура в социальных сетях	1	2					дискуссия
5	Основы теории и практики применения методов анализа информации	2	2					опрос
6	Экономика культуры представления информации для маркетинга и продвижения товаров и услуг	2	2					доклад, дискуссия
7	Информационная культура мобильного Интернета	2						дискуссия
8	Учет фактора культуры в современном информационном менеджменте	1	2					опрос
9	Международные и национальные законодательства и рекомендации по обеспечению нравственного контента в глобальных сетях	2						опрос
10	Информационная культура личности. Значимость информационной культуры для эффективности интеллектуальной деятельности	1	2					дискуссия
11	Культура электронного бизнеса и электронных коммуникаций	2						опрос
12	Теория, практика и перспективы развития информационной (цифровой) культуры	1	2					дискуссия
13	Цифровая культура как фактор снижения рисков цифровой трансформации	1	2					опрос
		18	16					

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. «Цифровые чемпионы». Глобальное исследование цифровых операций. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/ru/publications/digital-champions.html>.
2. Тульчинский Г.Л. (2018) Цифровизация и социально-культурный инжиниринг // Философские науки. – №6. – С.100–108.
3. Джексон М.О. (2020) Человеческие сети. Как социальное положение влияет на наши возможности, взгляды и поведение. – 550 с.
4. Елькина Е.Е. (2018) Цифровая культура: понятие, модели и практики // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. – Режим доступа: <https://ojs.itmo.ru/index.php/ISESCTF/article/view/799>.
5. Манович Л. (2018) Теории софт-культуры. – 208 с.
6. Гир Ч. Цифровая контркультура / пер. с англ. Д. В. Галкина // Гуманитарная информатика. – Режим доступа: <http://journals.tsu.ru/uploads/import/1167/files/6-gir.pdf>.
7. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 гг. – Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by>.
8. Лоренц К. (2016) Обратная сторона зеркала: сборник трудов / пер. с нем. и предисловие А.И. Фета.
9. Жуковская Л.В. (2019) Системный анализ и теоретико-игровой инструментарий взаимодействия экономической, правовой и социальной национальных макросистем // Актуальные проблемы экономики и права. – Т. 13, № 3. – С. 1287–1300.
10. Доклад о мировом развитии 2022: Цифровые дивиденды. Всемирный банк. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.vsemirnyjbank.org/ru.
11. Международный журнал исследований культуры. Издательство «ЭЙДОС». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.culturalresearch.ru.
12. Цифровая экономика – шанс для Беларуси : моногр. / М.М. Ковалев, Г.Г. Головенчик. – Минск : Изд. Центр БГУ. 2018. – 327 с.
13. Гусаков В.Г. (2018) Основы системной экономики // Докл. Нац. акад. наук Беларуси. – Т. 62, № 4. – С. 488–494.
14. Паньшин Б.Н. (2021) Эскиз дорожной карты цифровой трансформации // Веснік сувязі. – №4. – С. 28–35.
15. Паньшин Б.Н. (2021) На пути к цифровому суверенитету. Новая повестка дня // Веснік сувязі. – №5. – С. 22–27.
16. Паньшин Б.Н. (2021) Цифровая культура: теория и практика // Наука и инновации. – №8. – С. 45–51.
17. Паньшин Б.Н. (2021) Цифровая культура как фактор эффективности и снижения рисков цифровой трансформации экономики и общества // Цифровая трансформация. – № 3. – С. 26–33.
18. Паньшын Б. (2019) Пра ролю лічбавай культуры у трансфармацыі грамадства // Газета БДУ «Універсітэт». – 29 красавіка 2019 года. – №6 (2212).

Перечень дополнительной литературы

1. Назаретян А.П. (2014) Воспитательный потенциал синергетики: гипотеза техно-гуманитарного баланса // Научный результат. Педагогика и психология образования. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vospitatelnyu-potentsial-sinergetiki-gipoteza-tehno-gumanitarnogo-balansa>.
2. Сагитов С.Т. (2015) Об отставании культуры // Казанский педагогический журнал. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-otstavanii-kultury>.
3. Мещерякова Н.Н. (2014) Аномия в сложном обществе // Вестник МГИМО Университета. – Режим доступа: <https://www.vestnik.mgimo.ru/jour/article/viewFile/79/79>.
4. Соколова Н.В. (2012) Цифровая культура или культура в цифровую эпоху? // Международный журнал исследований культуры. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-kultura-ili-kultura-v-tsifrovuyu-epohu>.
5. Галкин Д.В. (2012) Digital Culture: методологические вопросы исследования культурной динамики от цифровых автоматов до техно-био-тварей // Международный журнал исследований культуры. – №3 (8). – С.11–16.
6. Миллер В. (2011) Понимание цифровой культуры. – 208 с.
7. Султанова М.А. (2009) Философия контркультуры Теодора Роззака (очерк филос. публицистики) Рос. акад. наук, Ин-т философии. – 176 с.
8. Вернадский В.И. (1991) Научная мысль как планетное явление. – 272 с.
9. Bellanger P (2012) De la souveraineté numérique // Le Débat. – №170 (3). – P.149–159.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Формой текущей аттестации по дисциплине «Цифровая культура» учебным планом предусмотрен зачет.

Оценка за письменные и устные ответы на лекциях и практических занятиях (опрос, дискуссия, доклад) включает в себя корректность и полноту ответа, обоснованность аргументов, наличие примеров из практики. Контрольные работы оцениваются исходя из полноты выполнения заданий, корректности полученных результатов, качества исполнения, проявления креативности.

Примерные темы практических занятий

Тема 3. Эволюция представлений о влиянии культуры на развитие экономики и общества.

Анализ данных международных организаций и форумов на предмет определения взаимозависимости между показателями общей культуры общества и развитием электронного бизнеса (сформировать по различным группам стран в соответствии с классификацией культур (кластеры Ронена и Шенкера)

Тема 4. Информационная культура в социальных сетях.

Рассмотрение особенностей и роль общекультурных факторов в капитализации популярных социальных сетей. Систематизация отличий деловых и социальных сетей.

Тема 5. Основы теории и практики применения методов анализа информации.

Рассмотрение примеров сжатия информации для формирования образов и их восприятия в графической и текстовой форме.

Тема 6. Экономика культуры представления информации для маркетинга и продвижения товаров и услуг.

Подходы к анализу соотношения между традиционными методами рекламы и рекламы в Интернет, социальных сетях, контекстной рекламы в компьютерных играх.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используются:

эвристический подход, который предполагает: осуществление студентами личностно-значимых открытий окружающего мира; демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем; творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов; индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности;

практико-ориентированный подход, который предполагает: освоение содержание образования через решения практических задач; приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности; ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры; использование процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций;

метод учебной дискуссии, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме. Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения;

методы и приемы развития критического мышления, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимания информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления;

метод группового обучения, который представляет собой форму организации учебно-познавательной деятельности обучающихся, предполагающую функционирование разных типов малых групп, работающих как над общими, так и специфическими учебными заданиями.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Для организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине следует использовать современные информационные ресурсы: разместить на образовательном портале комплекс учебных и учебно-методических материалов (учебно-программные материалы, учебное издание для теоретического изучения дисциплины, методические указания к лабораторным занятиям, материалы текущего контроля и текущей аттестации, позволяющие определить соответствие учебной деятельности обучающихся требованиям образовательных стандартов высшего образования и учебно-программной документации, в т.ч. вопросы для подготовки к зачету, задания, тесты, вопросы для самоконтроля, список рекомендуемой литературы, информационных ресурсов).

Самостоятельная (практическая) работа студентов по изучению дисциплины «Цифровая культура» выполняется в форме аудиторной и внеаудиторной работы. Студентам предлагается самостоятельное изучение ряда вопросов, что предполагает углубленное изучение основной и дополнительной литературы. Эффективность самостоятельной работы студентов проверяется в ходе текущего и итогового контроля знаний. При изучении учебной дисциплины рекомендуется использовать следующие формы самостоятельной (практической) работы, предоставленной в системе дистанционного обучения: поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников по индивидуально-заданной проблеме курса; работы, предусматривающие решение задач и выполнение упражнений, выдаваемых на практических занятиях; подготовка к контрольным работам; подготовка к зачету.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Основные понятия и определения, роль культуры в развитии экономики и общества, информационные барьеры и информационные революции.
2. Культура как фактор современной эффективной цифровой трансформации, цифровой экономики и экономики знаний.
3. Основные функции культуры. Уровни анализа культуры: культура общества, культура социальных групп и культура отдельного человека.
4. Влияние практики электронных сообщений на развитие повседневной речи и делового обмена.
5. Феномен синдрома «постоянного рассеянного внимания» и его влияние на деловую и личную культуру. Влияние глобальных информационных систем на культурное и технологическое развитие общества.
6. Понятие релевантности и полезности информации.
7. Социальные сети как феномен современной культуры.
8. Факторы использования социальных сетей для рекламы и продвижения товаров и услуг. Законы коммуникации в социальных сетях.
9. Основные факторы роста клиентской базы социальных сетей и их капитализации.
10. Теории измерения, рассеивания и сжатия информации.

11. Понятие энтропии.
12. Понятие «big data».
13. Возможности нелинейной теории волн для анализа больших потоков информации.
14. Возможности применения принципа «золотого сечения» при формировании текстов в электронной форме.
15. Принципы формирования фокус-групп в социальных сетях. Информационная поддержка бренда.
16. Учет фактора многоязычия Интернета и фактора ментальности пользователей и культурных отличий при формировании контента и обмена электронными сообщениями.
17. Факторы роста мобильных приложений, особенности их разработки и применения в различных отраслях.
18. Формирование тандемов «сайт – мобильный гаджет». Факторы успеха компании Apple и особенности маркетинговой стратегии Стива Джобса, компаний Nokia, Microsoft, Samsung и др.
19. Экономика развлекательного контента. Особенности его формирования и распространения. Новые системы массовых коммуникаций: сеть Wi-Fi, Интернет-телевидение, Skype, Facetime, Facebook, Google+.
20. Роль современных информационных технологий и инструментов в организационном управлении.
21. Особенности информационного менеджмента и факторы его эффективности. Подходы к организации работы персонала в соответствии со спецификой интеллектуальной деятельности.
22. Предупреждение конфликтов, этика и эстетика электронных коммуникаций и контента. Современные концепции отбора, анализа и оценки информации в теории и практике управления.
23. Защита от информационного оружия и обеспечение информационной безопасности государства, общества и человека. Плюсы и минусы цензуры контента в Интернет.
24. Мировой опыт обеспечения информационной безопасности. Органы госуправления и правовые нормы в законодательстве Беларуси по организации и технологии защиты от нежелательного контента и обеспечения информационной безопасности.
25. Сущность концепции формирования информационной культуры личности. Структура и компоненты информационной культуры личности.
26. Информационная культура, информационная грамотность и компьютерная компетентность.
27. Психологические аспекты предупреждения «интернет-зависимости». Личная «информационная диета». Методы развития способностей человека по восприятию и анализу информации.
28. Информация как фактор доверия. Формирование честного контента.
29. Предупреждение киберпреступности и кибершпионажа и системный подход обеспечения безопасности личной и корпоративной информации.

30. Культура управления, этика информационного менеджмента и «самоменеджмента».

31. Формирование информационных моделей как платформы взаимодействия между властью, бизнесом и обществом для обеспечения сбалансированного устойчивого развития современного государства.

32. Подходы к оценке рисков цифровой трансформации на различных уровнях: страна, предприятие (отрасль), домашние хозяйства.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Информационные технологии	Цифровой экономики	Изменений в учебной программе не требуется	29.06.2021, протокол № 10

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**
на 2021/2022 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
цифровой экономики (протокол № _____ от _____ 202_ г.)

Заведующий кафедрой
к.э.н., доцент

И.А. Карачун

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
к.ф.-м.н., доцент

А.А. Королева