

Памятка преподавателям
в помощь по оформлению рукописей к изданию

The diagram illustrates the layout of a title page with six numbered callouts (1-6) pointing to specific fields:

- 1: A small box at the top left corner.
- 2: A box on the right side of a horizontal line.
- 3: A box at the bottom right corner of a large rectangular area.
- 4: A box on the right side of a horizontal line.
- 5: A box on the right side of a horizontal line.
- 6: A box at the bottom right corner of a horizontal line.

***Размещение текста на
титальной странице***

- ① - название ведомства, название организации
- ② - инициалы и фамилия автора (авторов не более трех)
- ③ - название издания
- ④ - вид издания (с возможностью указания уровня образования - например, для бакалавров)
- ⑤ - информация о переиздании (2-е издание, переработанное)
- ⑥ - город, издательство и год

Пример оформления оборотной страницы с выходными данными

УДК 34
ББК 67.405я73
Г75

Автор:

Григорьев Иван Владимирович — доцент, кандидат юридических наук, доцент кафедры социального права, государственной и муниципальной службы Уральского государственного юридического университета.

Григорьев, И. В.

Г75 Право социального обеспечения : учеб. пособие для прикладного бакалавриата / И. В. Григорьев. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 233 с. — Серия : Учебное пособие.

ISBN 978-5-9916-4326-9

Непосредственной сдаче экзамена или зачета по любой учебной дисциплине всегда предшествует достаточно краткий период, когда студент должен сосредоточиться, систематизировать свои знания. Выражаясь компьютерным языком, он должен «вывести информацию из долговременной памяти в оперативную», сделать ее готовой к немедленному и эффективному использованию. Специфика периода подготовки к экзамену или зачету заключается в том, что студент уже ничего не изучает (для этого просто нет времени): он лишь вспоминает и систематизирует изученное.

Предлагаемое пособие поможет студентам в решении именно этой задачи применительно к курсу «Право социального обеспечения». Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования четвертого поколения.

Для студентов высших и средних профессиональных учебных заведений.

УДК 34
ББК 67.405я73

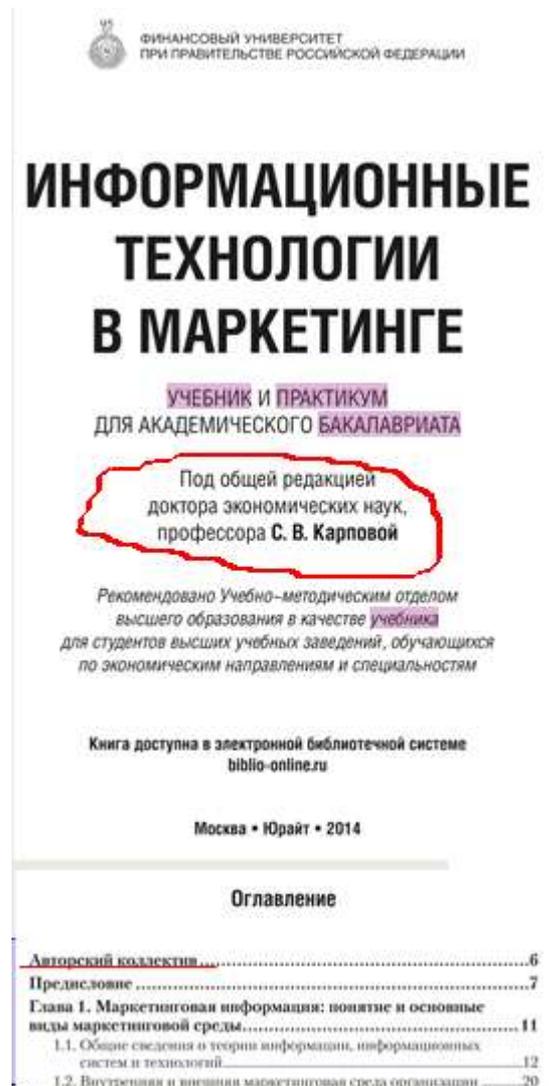
ISBN 978-5-9916-4326-9

© Григорьев И. В., 2011
© Григорьев И. В., 2014, с изменениями
© ООО «Издательство Юрайт», 2015

В случае выполнения работы коллективом авторов
- на титульной странице указывается информация об ответственном редакторе: «Под общей редакцией .. ФИО»,
- в знаке авторского права ФИО авторов не указываются, а обозначается коллектив:

© Коллектив авторов, 2014

В этом случае должна быть страница со списком всех авторов с указанием личного вклада в данное издание.



УДК 339.138(075.8)

ББК 65.290-2я73

И74

Ответственный редактор:

Карпова Светлана Васильевна — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга и логистики факультета менеджмента Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.

Рецензенты:

Мхитарян С. В. — доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга и коммерции Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ);

Касаев Б. С. — доктор экономических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации, проректор по научной работе Института экономики и предпринимательства, заслуженный работник высшей школы Российской Федерации.

И74

Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 367 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.

ISBN 978-5-9916-4505-8

Приведены общие сведения о теории информации и информационных систем. Даны понятия внутренней и внешней среды. Рассмотрены понятие и классификация видов, а также современные информационные технологии маркетинговой информационной системы. Представлены информационные и телекоммуникационные технологии и системы в маркетинге, описано планирование информационного обеспечения маркетинговой деятельности, рассмотрены методы обработки данных маркетинговых исследований и методы анализа маркетинговой информации. Раскрыта практика применения систем информационно-аналитического обеспечения маркетинга. Дана классификация программных продуктов в области МИС организаций различных отраслей. В конце учебника представлен практикум.

Соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования четвертого поколения.

Для студентов учреждений высшего профессионального образования.

УДК 339.138(075.8)

ББК 65.290-2я73

Пример страницы с указанием участия в составе коллектива

Авторский коллектив

Карпова С. В. — доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга и логистики Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (общая редакция, предисловие, гл. 1, 3, **практикум**);

Константиниди Х. А. — кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга Краснодарского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (гл. 8 совместно с Н. П. Бугаковой);

Бугакова Н. П. — кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга Краснодарского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (гл. 8 совместно с Х. А. Константиниди);

Никитас Д. В. — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Смоленского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (гл. 4);

Поляков В. А. — доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики, менеджмента и маркетинга Тульского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (гл. 5, 6);

Рожков И. В. — кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, доцент кафедры маркетинга МАТИ — Российского государственного технологического университета им. К. Э. Циолковского (гл. 2, практическая работа);

Романенкова О. Н. — кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (гл. 7).

В предисловии указывается структура учебного издания и дается краткое описание каждой главы (раздела).

Формулируются формируемые компетенции.

Например,

Студент после окончания изучения дисциплины «...» должен будет знать ..., уметь, владеть

Или

Изучение дисциплины «...» направлено на достижение следующих целей:

Или

В результате изучения материалов данного учебного издания обучающийся должен ... (знать, уметь, владеть)

Завершается «Предисловие» указанием целевой аудитории.

Например.

Учебное пособие ориентировано на студентов, обучающихся по направлению подготовки «Прикладная информатика» (квалификация — академический бакалавр), слушателей курсов повышения квалификации, специалистов в области информационной безопасности, а также для всех интересующихся современными методами защиты информации.

Или

Материал учебника выполнен на основе ... и может быть полезен для изучения студентами юридических вузов и факультетов и другими специалистами, занимающимися теоретическими и практическими вопросами в области

Во «Введении» (или в «Предисловии») возможно указание необходимых знаний в определенной области, специфику изложения материала и иное. Допускается указание на основания, послужившие созданию данного учебного издания; выражение благодарности (признательности) за помощь в подготовке данного издания.

Например.

тью примеров, конкретностью изложения материала. Кроме того, задача авторов состояла еще и в том, чтобы адаптировать отдельные главы издания к прикладным аспектам применения криптографических средств на отечественном рынке продукции и услуг в области криптографической защиты информации. Такая адаптация невозможна без изучения и знания отечественных нормативных документов в данной области. Все это авторы постарались изложить в заключительных главах настоящего учебного издания. Насколько это удалось – судить читателю. Авторы надеются, что данное учебное пособие послужит читателю основой для дальнейшего самостоятельного изучения предмета и применения полученных знаний в научной и практической деятельности.

У читателя предполагаются знания основ алгебры, теории чисел, теории алгоритмов, теории сложности вычислений и теории вероятностей.

По традиции, сложившейся в учебной литературе, авторы сочли возможным освободить основной текст книги от многочисленных ссылок на литературные источники, ибо начинающему читателю они, скорее всего, неинтересны, а опытному – хорошо известны. Вместо этого все ссылки сконцентрированы в конце каждой главы, где, кроме того, предлагаются некоторые советы по выбору литературы для дальнейшей самостоятельной работы.

Учебное пособие написано на основе курсов лекций «Криптографические протоколы и стандарты», «Финансовая криптография» и «Криптография в банковском деле», читаемых С. В. Запечниковым с 1997 г. студентам пятого курса факультета «Кибернетика и информационная безопасность» НИЯУ МИФИ, курсов лекций «Криптографические методы и средства обеспечения информационной безопасности» и «Основы криптографии», читаемых О. В. Казариным с 2011 г. студентам факультета информационных систем и безопасности Института информационных наук и техно-

Примеры фрагментов «Предисловия»

зования информационных технологий в маркетинге, прежде всего в области телекоммуникационных технологий и систем, планирования информационного обеспечения маркетинговой деятельности, маркетинговых исследований и др.

Настоящий учебник состоит из восьми глав и подготовлен коллективом авторов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации под общей редакцией доктора экономических наук, профессора С. В. Карповой. Каждая глава формирует

7

взаимодополняющие друг друга разделы, которые раскрывают основную сущность данных концептуальных подходов.

В главе 1 «Маркетинговая информация: понятие и основные виды маркетинговой среды» раскрываются общие сведения о теории информации и информационных систем, дается понятие внутренней и внешней среды.

В главе 2 «Маркетинговая информационная система: понятие, классификация видов, современные информационные технологии» рассмотрена циклическая информационная модель маркетинговой деятельности предприятия, представлен структурно-функциональный анализ существующих моделей маркетинговых информационных систем (МИС), определено моделирование процессов информационного обеспечения маркетинговой деятельности на основе МИС, даны современные направления развития информационных технологий в маркетинге.

В главе 3 «Информационные и телекоммуникационные технологии и системы в маркетинге» рассмотрена эволюция информационных технологий, представлены сетевые технологии и корпоративные информационные системы, описаны перспективы развития информационных технологий.

В главе 4 «Планирование информационного обеспечения маркетинговой деятельности» определен ответственный за информа-

Предисловие

Содержание учебного пособия «Криптографические методы защиты информации» охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими и прикладными аспектами криптографической защиты информации, в частности с формированием практических навыков по применению методов криптографической защиты информации в автоматизированных системах.

Целью данного пособия является формирование у студентов практических знаний о базовых криптографических системах, схемах и протоколах, их основных параметрах и умений применять на практике криптографические средства, имеющиеся на отечественном рынке продукции и услуг в области криптографической защиты информации.

При подготовке учебного пособия ставились следующие задачи: определить основные понятия современной криптологии; рассмотреть основные методы и результаты теории и практики криптографической защиты информации, используемые в автоматизированных системах; дать представление о теоретико-информационных и теоретико-сложностных особенностях и характеристиках криптографических систем и криптографических протоколов.

В результате освоения содержания учебного пособия «Криптографические методы защиты информации» обучающийся должен:

знать

- принципы построения криптографических алгоритмов, криптографические стандарты и методы их использования в автоматизированных системах;
- основные положения криптологии и практики криптографической защиты информации;

В начале каждой главы (раздела) формулируются результаты (знать, уметь, владеть), необходимые при изучении данного материала. Завершается материал контрольными вопросами и заданиями (задания для самостоятельной работы).

Пример фрагмента оформления результатов

Глава 1

МАРКЕТИНГОВАЯ ИНФОРМАЦИЯ: ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ ВИДЫ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ

В результате изучения данной главы студент должен:

знать

- понятия «информация», «технологии», «информационные технологии», «новые информационные технологии» (НИТ);
- особенности маркетинговой информации и МИС;
- назначение системы внутренней маркетинговой информации в МИС;
- назначение системы внешней маркетинговой информации в МИС;
- понятие «маркетинговая среда организации»;
- особенности внутренней и внешней среды маркетинга;

уметь

- изучать средства НИТ по отдельным группам;
- различать маркетинговую информацию по отдельным признакам;
- определять критерии допустимости и полезности информации, формируя ее эффективность;
- разделять внутреннюю маркетинговую информацию на четыре основные группы;
- определять основные виды внешней маркетинговой информации для организации;
- разделять маркетинговую среду на микро- и макросреду, в том числе микросреду на внутреннюю и внешнюю;

владеть

- навыками использования организациями информационных технологий;
- классификацией маркетинговой информации по отдельным признакам и возможностью ее использования для сохранения устойчивых конкурентных преимуществ;

Пример оформления фрагмента раздела «Литература»

Литература

При первоначальном знакомстве с методами современной криптографии можно рекомендовать книги и учебники [1–5], для более глубокого изучения теоретических основ современной криптографии — [6–10].

При написании этой главы использовались книги [2, 3] и справочник [10].

Основная литература

1. *Дориченко, С. А.* 25 этюдов о шифрах / С. А. Дориченко, В. В. Яценко. — М. : ТИЭС, 1994.
2. *Жельников, В.* Криптография от папируса до компьютера / В. Жельников. — М. : АБФ, 1996.
3. *Нечаев, В. И.* Элементы криптографии (Основы защиты информации) / В. И. Нечаев. — М. : Высшая школа, 1999.
4. *Тилборг, Х. К. А. ван.* Основы криптологии. Профессиональное руководство и интерактивный учебник / Х. К. А. ван Тилборг. — М. : Мир, 2006.
5. *Шнайер, Б.* Прикладная криптография. Протоколы, исходные тексты на языке СИ / Б. Шнайдер. — М. : ТРИУМФ, 2002.

Дополнительная литература

6. *Анохин, М. И.* Криптография в банковском деле / М. И. Анохин, Н. П. Варновский, В. М. Сидельников, В. В. Яценко. — М. : МИФИ, 1997.
7. Введение в криптографию / под общ. ред. В. В. Яценко. — М. : МЦНМО, 2012.