

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В.І. ВЕРНАДСЬКОГО
Навчально-науковий інститут муніципального управління
та міського господарства
Кафедра Інформаційної діяльності та документознавства**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор інституту

В.Б. Кисельов

02 вересня 2019 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ІНФОРМАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

за спеціальністю

029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

спеціалізація «Документознавство та інформаційна діяльність»

**Навчально-науковий інститут муніципального управління та міського
господарства**

Київ - 2019 рік

Робоча програма з навчальної дисципліни «Інформаційне підприємництво» складена для здобувачів вищої освіти відповідно до програми підготовки фахівців за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» ступеня вищої освіти «бакалавр», за денною та заочною формою навчання.

Розробники:

Мельничук Л.І. – к.пед.н., доцент кафедри інформаційної діяльності та документознавства;

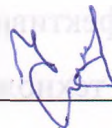
Колотигіна І.А. – ст. викладач кафедри інформаційної діяльності та документознавства;

Головченко М.М. – викладач кафедри інформаційної діяльності та документознавства.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри Інформаційної діяльності та документознавства

Протокол від «29» серпня 2019 року № 1

В.о. завідувача кафедри інформаційної діяльності та документознавства



Ю.В. Данькевич

1. Програма навчальної дисципліни

Предметом вивчення навчальної дисципліни є основні аспекти інформаційного підприємництва, специфіка ринку інформаційних послуг та інформаційного продукту, управлінська діяльність та особливості підприємництва в інформаційній сфері, види та напрямки інформаційного бізнесу.

Міждисциплінарні зв'язки: дисципліна пов'язана з навчальними предметами «Діловодство в органах державної влади та місцевого самоврядування», «Організація діяльності інформаційних установ», «Системний аналіз інформаційних процесів», «Захист інформації», «Інформаційний дизайн», «Документно-інформаційні комунікації», «Експертні оцінки достовірності інформації», «Політико-адміністративна система», «Інформаційні системи в діловодстві», Державні інформаційна політика», «Державні та муніципальні послуги», а також «Ділова українська мова», що створить можливості для узагальнення знань, набутих студентами в інших навчальних курсах.

Програма навчальної дисципліни складається з таких розділів:

1. Інформаційне підприємництво як явище.
2. Інформаційне підприємництво на сучасному ринку.

Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Інформаційне підприємництво» є формування у студентів комплексу спеціальних знань у галузі інформаційного підприємництва; практичних навичок щодо організації інформаційного бізнесу в сучасному ринковому середовищі.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Інформаційне підприємництво» є :

- ознайомлення з актуально-практичними та науково-прикладними основами інформаційного підприємництва;
- вивчення поняття ринку і суб'єктів інформаційних продуктів і послуг;
- знання основних елементів інформаційного підприємництва;
- ознайомлення із внутрішніми елементами та зовнішнім середовищем підприємств у сфері інформаційного бізнесу;
- знайомство з видами та напрямками інформаційного підприємництва;
- вивчення особливостей створення підприємств у сфері інформаційного бізнесу.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- поняття і сутність інформаційного підприємництва;
- поняття ринку і суб'єктів інформаційних продуктів і послуг;
- поняття і сутність інформаційних продуктів і послуг;
- основні елементи інформаційного підприємництва;

- порядок створення підприємств у сфері інформаційного бізнесу;
- види та напрями інформаційного підприємництва;
- особливості створення підприємств у сфері інформаційного бізнесу;
- внутрішні елементи та зовнішнє середовище підприємств у сфері інформаційного бізнесу;
- напрями підвищення ефективності менеджменту на підприємствах у сфері інформаційного бізнесу.

вміти:

- створення та реєстрації підприємств інформаційної сфери різної організаційно-правової форми;
- складання статутів, положень про структурні підрозділи та посадових інструкцій працівників інформаційних підприємств;
- проектування організаційних структур інформаційних підприємств різних типів;
- розробки стратегічних планів інформаційної діяльності;
- використання наукових методик дослідження інформаційного ринку покупців, ринку продавців, а також потреб потенційних покупців;
- розробки бізнес-плану та бюджету інформаційної кампанії;
- використання в інформаційному бізнесі сучасних засобів та інформаційних технологій;
- розробки політики «паблік рілейшнз» і вибору засобів масової інформації для проведення рекламних кампаній;
- розробки планів рекламної діяльності;
- використання у рекламному бізнесі сучасних технічних засобів, методів обробки інформації та новітніх інформаційних технологій.

На вивчення навчальної дисципліни «Інформаційне підприємництво» заплановано для студентів II курсу 120 годин / 4 кредити ECTS; для студентів IV курсу 90 годин / 3 кредити ECTS;

Мова навчання: українська мова.

Консультативну допомогу здобувачі вищої освіти можуть отримати у науково-педагогічних працівників кафедри інформаційної діяльності та документознавства, які безпосередньо проводять заняття.

Структура навчальної дисципліни

Розділ 1. Інформаційне підприємництво як явище

Тема 1. Поняття та сутність інформаційного підприємництва

Інформаційне підприємництво в інформаційному середовищі. Поняття і сутність інформаційного підприємництва. Місце інформаційного підприємництва в інфраструктурі ринку інформаційних продуктів та послуг.

Мета інформаційного підприємництва. Функції інформаційного підприємництва. Компонентна структура інформаційного підприємництва: суб'єкти, об'єкти, процеси, засоби, результати.

Державне регулювання в сфері інформаційного підприємництва. Законодавство України про підприємство та підприємництво, інформаційну, рекламну, консалтингову та інфраструктурну діяльність. Основи правової захищеності інформаційних ресурсів в Україні.

Інформаційна складова в розвитку економіки і суспільства. Інформація як об'єктна складова інформаційного підприємництва. Класифікація інформації та інформаційних ресурсів. Види інформації: ділова, правова, екологічна, медична й інша інформація, інформація для фахівців і масова споживча інформація. Інформація як виробничий ресурс та основний елемент інформаційних послуг. Особливості життєвого циклу інформаційних ресурсів.

Сфери інформаційного підприємництва. Інформаційне забезпечення підприємств і організацій. Інформаційні технології і засоби ділової комунікації. Інформаційне забезпечення й інформаційно-аналітична сфера. Рекламна сфера. Консалтингова сфера. Інформаційне виробництво.

Інформаційний продукт. Інформаційна послуга. Поняття і сутність інформаційного продукту. Поняття і сутність інформаційної послуги. Специфіка інформаційних продуктів і послуг. Життєвий цикл інформаційних продуктів і послуг. Основні сектори інформаційних послуг. Сектор споживчих інформаційних послуг: придбання товарів та послуг; зворотний інформаційний зв'язок, формування замовлень на виробництво й обслуговування. Сектор інформаційних довідкових та комунікаційних послуг (надання адресно-довідникової інформації, телекомунікаційні послуги та ін.). Сектор рекламних послуг. Інформаційно-рекламне підприємництво. Сектор інформаційного консультування. Інформаційно-консалтингові послуги, тобто послуги, які мають ознаки як інформаційного, так і консалтингового характеру (маркетингові дослідження, перевірка надійності партнерів тощо). Інформаційний консалтинг. Консалтингові послуги (консультування з менеджменту, реінжинірингової, зовнішньоекономічної діяльності тощо).

Тема 2. Ринок інформаційних продуктів та послуг

Інформаційний ринок та механізм його функціонування. Ринок інформаційних продуктів та послуг. Структура інформаційного ринку. Інфраструктура інформаційного ринку. Основні сектори світового ринку інформації. Структура продуктів та послуг інформаційного ринку. Особливості споживчої вартості інформаційних продуктів. Механізм функціонування інформаційного ринку. Специфіка інформаційного ринку України.

Поняття та закони розвитку інформаційного виробництва. Закони функціонування суспільного інформаційного виробництва. Основні принципи управління інформаційним підприємництвом.

Пропозиція інформаційних продуктів послуг. Основні виробники та постачальники інформаційних продуктів і послуг на національному ринку. Споживання інформаційних послуг. Напрями задоволення споживачами своїх

інформаційних потреб. Особливості інформаційного забезпечення потреб внутрішнього та зовнішнього ринків. Види ринків інформаційних послуг. Суб'єкти інформаційного підприємництва та їх потреби в інформації. Інформаційна потреба та інформаційний цикл. Система оцінки інформаційних потреб. Інформаційні потреби суб'єктів інформаційних відносин та чинники їх задоволення. Основні суб'єкти інформаційного ринку. Суб'єкти інформаційних відносин і форми організації інформаційного підприємництва в суспільстві. Рекламні агенції, інформаційні агенції і засоби масової інформації. Інформаційно-комерційні центри. Консультативні (консалтингові) фірми. Комп'ютерні фірми. Заклади освіти.

Інформаційне підприємництво та господарське середовище. Середовище підприємництва. Модель інформаційного підприємництва. Внутрішнє середовище та його особливості на підприємствах інформаційного бізнесу. Особливості процесу праці в інформаційному виробництві. Елементи зовнішнього середовища та їх особливості щодо підприємств інформаційного бізнесу. Імідж підприємства.

Тема 3. Технологія організації інформаційного підприємництва

Входження в бізнес. Пошук ніші. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах та послугах. Вибір юридичної форми підприємництва. Вибір стратегії поведінки. Вибір засобів реалізації підприємницької ідеї. Особливості регулювання рекламної діяльності. Вибір збутової поведінки.

Організаційно-правові засади підприємництва в інформаційній сфері. Організаційно-правові форми бізнесу. Установчі документи. Державна реєстрація підприємництва. Технологія формування і використання інформаційних ресурсів в інформаційному підприємстві.

Планування підприємницької діяльності в інформаційному підприємстві. Бізнес-план, його функціональне призначення. Зміст і структура бізнес-плану.

Управління просуванням інформаційного продукту. Організація презентації продукту в сфері інформаційного підприємництва.

Розділ 2. Інформаційне підприємництво на сучасному ринку

Тема 4. Маркетингове інформаційне підприємництво

Маркетингові інформаційні послуги. Маркетинг як діяльність з аналізу ринкових умов господарювання, розроблення шляхів та методів впровадження товару на ринок та розширення обсягів його реалізації.

Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Сутність та особливості інформаційного маркетингу. Основні функції і стратегії маркетингу. Концептуальна модель інформаційного маркетингу. Система маркетингової інформації. Процес маркетингового дослідження в інформаційній сфері.

Основні функції і стратегії інформаційного маркетингу. Процес інформаційного маркетингу. Система маркетингової інформації. Процес

маркетингового дослідження в інформаційній сфері. Організаційно-структурні форми управління інформаційним маркетингом.

Організаційно-структурні форми управління інформаційним маркетингом. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Поняття й особливості інформаційного маркетингу. Основні функції і стратегії інформаційного маркетингу. Концептуальна модель інформаційного маркетингу. Система маркетингової інформації. Процес маркетингового дослідження в інформаційній сфері.

Основні види маркетингових інформаційних досліджень. Дослідження споживчих ринків; дослідження ринків товарів промислового призначення; маркетингові дослідження з метою пошуку ділових партнерів.

Інформація як основа маркетингового підприємництва. Види інформації про кон'юнктуру ринку. Зворотна інформація від споживачів. Інформаційно-консультаційні підприємства. Сутність і зміст функціонування інформаційно-маркетингової інфраструктури.

Організація презентації інформаційного продукту. Сутність презентації та вимоги до її змісту. Типи презентації та особливості її організації. Організація і планування презентації. Методи підвищення ефективності презентації. Організація презентації інформаційного продукту. Сутність презентації та вимоги до її змісту. Типи презентації та особливості її організації. Організація і планування презентації. Методи підвищення ефективності презентації.

Тема 5. Консалтингове інформаційне підприємництво

Консалтингові інформаційні послуги. Ринок консалтингових послуг. Основні види консалтингових інформаційних послуг. Консультативні послуги як джерело інформації. Управлінське консультування.

Управлінське консультування. Управлінське консультування як професійна діяльність. Основні завдання управлінського консультування. Інформаційний консалтинг. Сфера інформаційного консалтингу. Професійні вимоги до інформаційних консультантів.

Консалтингові підприємства, що надають консультаційні послуги на національному ринку та сутність їх діяльності. Українські консалтингові підприємства. Малі, середні і великі українські консалтингові підприємства. Іноземні консалтингові підприємства.

Тема 6. Рекламне інформаційне підприємництво

Рекламування інформаційного продукту. Поняття і сутність реклами. Види реклами. Метод розповсюдження реклами. Засоби розповсюдження реклами.

Рекламна програма та її елементи (етапи). Предмет рекламування. Цілі рекламування. Інтенсивність рекламування. Суб'єкт рекламування. Тип рекламодавців. Рекламна аудиторія. Цільові інформаційно-рекламні групи.

План та бюджет рекламної діяльності підприємства-виробника. Принципи розробки плану використання засобів масової інформації. Характеристика сучасних засобів масової інформації

Процес сприйняття інформування та рекламу. Споживацька реакція на інформування та рекламу. Вплив рекламного звернення на цільову аудиторію.

Рекламні інформаційні послуги. Економічний зміст рекламних послуг. Рекламування як вид діяльності. Принципи рекламної діяльності (бізнесу). Об'єкт рекламування (товар (послуга)). Сфера рекламування (ринок). Цілі реклами. Рекламні засоби. Рекламні звернення. Схема рекламного звернення. Технічне редагування. Вибір рекламного засобу. Системні складові рекламного бізнесу. Законодавче забезпечення рекламної діяльності в Україні. Класифікація реклами. Види реклами залежно від місця проведення. Класифікація споживачів (покупців).

Основні учасники рекламного процесу: рекламодавці; рекламні агентства; засоби реклами (звичайно засоби масової інформації), споживачі; дослідницькі інститути і підрозділи, фото-, кіно- і відеостудії, творчо-виробничі підприємства, а також окремі рекламні фахівці: художники, літературні працівники, психологи, поліграфісти, дизайнери тощо.

Тема 7. Інформаційне підприємництво в сфері інформаційних технологій

Специфіка інформаційного продукту. Вплив інформаційного продукту на ринок та суспільство. Здатність інформаційних продуктів до взаємодії. Здатність інформаційних продуктів до обміну великими обсягами інформації. Типи відносин між споживачами і виробниками інформаційних продуктів. Інформація як основний продукт комерційного і некомерційного обміну.

2. Опис навчальної дисципліни Для студентів II курсу

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»	вибіркова	
	Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»		
Кількість розділів – 2	Спеціалізація «Документознавство та інформаційна діяльність»	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120		2-й	2-й
		Семестр	
		3-й	3-й
		Лекції	
		16 год.	4 год.
	Семінарські		
	16 год.	6 год.	
	Самостійна робота		
	88 год.	110 год.	
		Вид контролю:	
		Залік	

Для студентів IV курсу

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 3	Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»	вибіркова	
	Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»		
Кількість розділів – 2	Спеціалізація «Документознавство та інформаційна діяльність»	Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 90		4-й	4-й
		Семестр	
		8-й	8-й
	Ступінь вищої освіти: бакалавр	Лекції	
		10 год.	2 год.
		Семінарські	
		10 год.	2 год.
		Самостійна робота	
		70 год.	86 год.
Вид контролю:			
Залік			

3. Структура навчальної дисципліни

Для студентів II курсу

Назви розділів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	Всього	у тому числі				Всього	у тому числі			
		л	п	сем.	с.р.		л	п	сем.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Розділ 1. Інформаційне підприємництво як явище										
Тема 1. Поняття та сутність інформаційного підприємництва	16	2	-	2	12	17,5	0,5	-	1	16
Тема 2. Ринок інформаційних продуктів та послуг	17	2	-	2	13	17,5	0,5	-	1	16
Тема 3. Технологія організації інформаційного підприємництва	17	2	-	2	13	16	-	-	-	16
Разом за розділом 1	50	6	-	6	38	51	1	-	2	48
Розділ 2. Інформаційне підприємництво на сучасному ринку										
Тема 4. Маркетингове інформаційне підприємництво	17	2	-	2	13	15	-	-	-	15
Тема 5. Консалтингове інформаційне підприємництво	18	3	-	3	12	17	1	-	1	16
Тема 6. Рекламне інформаційне підприємництво	17	2	-	2	13	18	1	-	2	15
Тема 7. Інформаційне підприємництво в сфері інформаційних технологій	18	3	-	3	12	18	1	-	1	16
Разом за розділом 2	70	10	-	10	50	69	3	-	4	62
Залік										
Усього годин	120	16	-	16	88	120	4	-	6	110

11
Для студентів IV курсу

Назви розділів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	Всього	у тому числі				Всього	у тому числі			
		л	п	сем.	с.р.		л	п	сем.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Розділ 1. Інформаційне підприємництво як явище										
Тема 1. Поняття та сутність інформаційного підприємництва	12	1	-	1	10	13	0,5	-	0,5	12
Тема 2. Ринок інформаційних продуктів та послуг	12	1	-	1	10	13	-	-	-	13
Тема 3. Технологія організації інформаційного підприємництва	14	2	-	2	10	13	-	-	-	13
Разом за розділом 1	38	4	-	4	30	39	0,5	-	0,5	38
Розділ 2. Інформаційне підприємництво на сучасному ринку										
Тема 4. Маркетингове інформаційне підприємництво	12	1	-	1	10	13	0,5	-	0,5	12
Тема 5. Консалтингове інформаційне підприємництво	14	2	-	2	10	13	0,5	-	0,5	12
Тема 6. Рекламне інформаційне підприємництво	12	1	-	1	10	12	-	-	-	12
Тема 7. Інформаційне підприємництво в сфері інформаційних технологій	14	2	-	2	10	13	0,5	-	0,5	12
Разом за розділом 2	52	6	-	6	40	51	1,5	-	1,5	48
Залік										
Усього годин	90	10	-	10	70	90	2	-	2	86

4. Плани семінарських та практичних занять

Теми 1. Поняття та сутність інформаційного підприємництва

1. Поняття та сутність інформаційного підприємництва.
2. Функції інформаційного підприємництва.
3. Компонентна структура інформаційного підприємництва.
4. Державне регулювання інформаційного підприємництва.
5. Інформація як об'єктна складова інформаційного підприємництва.
6. Основні сфери і сектори інформаційного підприємництва.

Література: 1, 3, 4, 10, 11.

Тема 2. Ринок інформаційних продуктів та послуг

1. Поняття та структура інформаційного ринку.
2. Види інформаційних ринків.
3. Механізм функціонування інформаційного ринку.
4. Інформаційний продукт та послуга як елементи інформаційного ринку.
5. Пропозиція і споживання інформаційних продуктів і послуг.
6. Виробники та споживачі інформаційних продуктів і послуг.
7. Внутрішнє середовище інформаційних підприємств.
8. Зовнішнє середовище інформаційних підприємств.

Література: 1, 3, 4, 10, 11.

Тема 3. Технологія організації інформаційного підприємництва

1. Основні закономірності і принципи інформаційного підприємництва.
2. Вхідження в середовище інформаційного підприємництва.
3. Вибір юридичної форми інформаційного підприємства.
4. Вибір стратегії поведінки в інформаційному підприємстві.
5. Організаційно-правові засади інформаційного підприємництва.
6. Організаційно-економічні основи інформаційного підприємництва.
7. Планування діяльності в інформаційному підприємстві.
8. Організація створення продукту та послуги в інформаційному підприємстві.

Література: 1, 3, 4, 10, 11.

Теми 4-5. Маркетингове інформаційне підприємництво. Консалтингове інформаційне підприємництво

1. Сутність інформаційного маркетингу як діяльності та його функції.
2. Маркетингові інформаційні послуги як об'єкт інформаційного маркетингу.
3. Основні стратегії інформаційного маркетингу.
4. Система маркетингової інформації.
5. Роль та види інформації в маркетинговому підприємстві.
6. Сутність та види консалтингових інформаційних послуг.
7. Підприємства-виробники і споживачі консультаційних послуг.
8. Особливості консалтингових послуг на національному ринку.

Література: 1, 3, 4, 10, 11.

Теми 6-7. Рекламне інформаційне підприємництво. Інформаційне підприємництво в сфері інформаційних технологій

1. Рекламування як вид діяльності, об'єкт та сфера рекламування.
2. Законодавче забезпечення рекламної діяльності в Україні.
3. Створення рекламного інформаційного продукту та послуги.
4. Пропозиція і споживання рекламних інформаційних продуктів та послуг.
5. Основні учасники рекламного процесу.
6. Сутність і види інформаційних продуктів та послуг у сфері інформаційного

підприємства.

7. Структура інформаційних продуктів і послуг в сфері інформаційних технологій і баз даних.

8. Специфіка інформаційних продуктів та послуг.

9. Інформація як основний продукт обміну.

10. Сучасні тенденції в розвитку сфери інформаційних продуктів та послуг.

Література: 1, 3, 4, 10, 11.

5. Завдання самостійної роботи з дисципліни «Інформаційне підприємництво» (написання рефератів)

1. Поняття та сутність інформаційного підприємництва.
2. Сутність та види інформаційних продуктів та послуг.
3. Ринок інформаційних продуктів та послуг.
4. Інформаційне підприємництво та господарське середовище.
5. Закони та закономірності розвитку інформаційного виробництва.
6. Принципи інформаційного підприємництва.
7. Технологія організації інформаційного підприємництва.
8. Організаційно-правові засади підприємництва в інформаційній сфері.
9. Організаційно-економічні основи інформаційного підприємництва.
10. Основи планування підприємницької діяльності в інформаційному підприємстві.
11. Організація презентації продукту та послуги в сфері інформаційного підприємництва.
12. Рекламування інформаційного продукту та послуги.
13. Управління просуванням інформаційного продукту та послуги.
14. Маркетингове інформаційне підприємництво.
15. Консалтингове інформаційне підприємництво.
16. Рекламне інформаційне підприємництво.
17. Інформаційне підприємництво в сфері інформаційних продуктів, послуг та інформаційних технологій.
18. Поняття, сутність, сфери та функції інформаційного підприємництва.
19. Державне регулювання в інформаційному підприємстві.
20. Роль інформації в розвитку економіки та суспільства.
21. Інформаційні продукти і послуги.
22. Класифікація інформації та інформаційних ресурсів.
23. Виробники та споживачі інформаційних продуктів.
24. Господарське середовище інформаційного підприємництва.
25. Закони функціонування суспільного інформаційного виробництва.
26. Основні умови і принципи підприємництва.
27. Види інформаційної підприємницької діяльності.
28. Установчі документи, державна реєстрація підприємства.
29. Зміст і структура бізнес-плану інформаційного підприємництва.
30. Презентація продукту в сфері інформаційного підприємництва.
31. Реклама інформаційного продукту та послуг.

32. Маркетингові інформаційні послуги та інформаційний маркетинг.
33. Система маркетингової інформації.
34. Ринок та види консалтингових послуг.
35. Рекламування як вид діяльності, об'єкт та сфера рекламування.
36. Законодавче забезпечення рекламної діяльності в Україні.
37. Інформаційне підприємництво в сфері інформаційних продуктів та послуг.
38. Інформаційні продукти та послуги як об'єкти інформаційного підприємництва.
39. Інформація як основний продукт обміну.
40. Сучасні тенденції в розвитку інформаційного підприємництва в сфері інформаційних технологій.

6. Індивідуальні завдання

Навчальний план підготовки бакалавра зі спеціальності «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» в Університеті передбачає, що дана дисципліна вивчається як курс за вибором студентів. Індивідуальне завдання передбачає поглиблене опрацювання окремих питань курсу відповідно до тематики дисципліни. Індивідуальна робота виконується студентом шляхом визначення низки питань для поглиблення вивчення, створення організаційно-розпорядчих документів, вимоги щодо їх складання й оформлення, самостійного створення проектів документів у сфері інформаційного підприємництва.

Студенту необхідно визначити перелік та зміст організаційно-розпорядчих документів, використовуючи порядок підготовки, прийняття та оформлення адміністративних документів. В процесі вибору проблематики складання службових документів студент має орієнтуватися на вивчення досвіду роботи окремих органів державного управління та місцевого самоврядування в Україні.

7. Засоби оцінювання

Реалізація навчально-виховних завдань потребує комплексного використання різноманітних методів навчання, які мають забезпечити взаємопов'язану та цілеспрямовану діяльність педагога й студентів. Методи навчання реалізуються через систему прийомів та засобів навчальної діяльності. Вони мають забезпечити взаємозв'язок трьох компонентів: мотиваційного, організаційно-ділового і контрольного-оцінного. У першому випадку треба використовувати методи, спрямовані на формування у студентів інтересу до пізнавальної діяльності. У групі організаційно-ділового компоненту виділяють методи організації і забезпечення мисленнєвої діяльності (індуктивний, дедуктивний, репродуктивного та пошукового характеру). Такі методи називають словесними, наочними і практичними. У групі контрольного-оцінного компонента визначають методи пов'язані з контролем за навчальною діяльністю студентів.

До словесних методів навчання належать: розповідь, пояснення, бесіда, лекція. Ці методи використовуються під час лекційних та семінарських занять з

дисципліни «Інформаційне підприємство».

Розповідь – це метод навчання, який передбачає оповідну, описову форму розкриття навчального матеріалу з метою спонукання студентів до створення в уяві певного образу.

Пояснення – вербальний метод навчання, за допомогою якого педагог розкриває сутність певного явища, закону, процесу. Він ґрунтується не стільки на уяві, скільки на логічному мисленні з використанням попереднього досвіду студентів.

Бесіда передбачає використання попереднього досвіду студентів з певної галузі знань і на основі цього приведення їх за допомогою діалогу до усвідомлення нових явищ, понять або відтворення вже наявних. З цього погляду виділяють два види бесіди: евристичну й репродуктивну. За місцем у навчальному процесі розрізняють вступну, поточну й підсумкову бесіди.

Лекція – це метод, за допомогою якого педагог у словесній формі розкриває сутність наукових понять, явищ, процесів, логічно пов'язаних, об'єднаних загальною темою.

Ефективне навчання неможливе без широкого використання наочних методів. Вони зумовлені діалектичними закономірностями пізнання і психологічними особливостями сприймання. Наочні методи передбачають насамперед використання демонстрації та ілюстрації. При цьому варто зауважити, що ці методи можуть застосовуватись як прийоми реалізації вимог інших методів.

Демонстрація – це метод навчання, який передбачає показ предметів і процесів у натурі, динаміці.

Ілюстрація – метод навчання, за допомогою якого предмети і процеси розкриваються через їх символічне зображення (світлини, малюнки, схеми, графіки та ін.).

Досить суттєвим у використанні наочних методів навчання є володіння технологією і технікою виготовлення й використання засобів демонстрації та ілюстрації. Особливої уваги потребує використання технічних засобів навчання, й зокрема комп'ютерної техніки. Зазначений метод відіграє значну роль у процесі організації самостійної роботи студентів.

Під час виконання самостійної роботи використовуються інтерактивні методи навчання (робота у малих групах, мозковий штурм, ситуативне моделювання, опрацювання дискусійних питань). Окрім того з метою активізації розумової діяльності студентів застосовуються: проблемний виклад навчального матеріалу, частково-пошуковий метод.

Проблемний виклад передбачає створення викладачем проблемної ситуації, допомогу студентам у виділенні та «прийнятті» проблемного завдання, використанні словесних методів (лекції, пояснення) для активізації мисленнєвої діяльності студентів, спрямованої на задоволення пізнавального інтересу шляхом отримання нової інформації.

Частково-пошуковий метод включає студентів у пошук шляхів, прийомів і засобів розв'язання пізнавального завдання. Для забезпечення дієвості цього методу необхідно створити проблемну ситуацію і спонукати студентів до

розуміння і «прийняття» пізнавального завдання; керувати ходом пошукової мисленнєвої діяльності студентів з використанням системи логічно вмотивованих запитань; стимулювати і схвалювати пізнавальну діяльність студентів у процесі розв'язання навчальних завдань; аналізувати успіхи і помилки, труднощі.

Контроль набутих студентами знань відбувається під час традиційного опитування на практичних заняттях. З метою оцінювання знань використовуються також відкриті та закриті тестові запитання. Для зручності блок тестів з однієї теми повинен складати не менше 10 одиниць. Оцінювання відбувається виходячи з відсотку правильних відповідей оцінка ставиться за п'ятибальною шкалою. Нижче наводяться оцінки за виконання творчих завдань, які пропонуються студентам.

Перелік видів творчих завдань для самостійного виконання студентами та їх оцінка

№	Вид роботи	Зміст роботи	Оцінка
1	Реферат	Текст реферату обсягом 8-10 стор., опорний конспект, за яким він буде доповідатися на занятті	5-10 балів залежно від повноти викладення матеріалу
2	Тести	Загальна кількість 20. Складаються з запитання і чотирьох відповідей, одна з яких правильна	Від 0,5 до 1 балу за одиницю. Залежно від змісту, оригінальності, зрозумілості для студентів
3	Ситуаційне завдання	Кожне завдання складається з чітко сформульованої ситуації, додаткових матеріалів, необхідних для її вирішення та з питань, що поставлені до неї, яких повинно бути не менше чотирьох-п'яти, які потребують чіткої лаконічної відповіді	5-7 балів, за кожне завдання. В залежності від змісту завдання, його складності, ко-ректності постановки питань, придатності для використання в аудиторії для обговорення та оцінки знань студентів.
4	Кросворд	Загальна кількість слів-визначень не повинна бути меншою 20. Терміни можуть охоплювати такі курси дисциплін: “Діловодство”, “Діловодство в органах державного управління та місцевого самоврядування”, “Управлінське документознавство”, а також з проблем інформації, інформаційної діяльності, соціальних комунікацій тощо.	10-15 балів за один кросворд, в залежності від оригінальності, правильності, кількості визначень з дисциплін, що рекомендуються для опрацювання, а також чіткості формулювань визначення слів зрозумілості їх для інших.

8. Рейтингова система оцінювання результатів навчання.

Приклад для заліку

Поточний контроль							Сума
Розділ №1			Розділ № 2				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	
14	14	14	14	15	14	15	100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	відмінно	A	відмінне виконання
80-89	добре	B	вище середнього рівня
75-79		C	загалом хороша робота непогано
66-74		D	виконання відповідає
60-65	E		мінімальним критеріям
30-59	незадовільно	FX	необхідне перескладання
0-29		F	необхідне повторне вивчення курсу

9. Орієнтовний перелік питань для підсумкового контролю

1. Поняття та сутність інформаційного підприємства.
2. Компонентна структура інформаційного підприємства.
3. Державне регулювання інформаційного підприємства.
4. Інформація як об'єктна складова інформаційного підприємства.
5. Основні сфери і сектори інформаційного підприємства.
6. Ринок інформаційних продуктів та послуг.
7. Інформаційний продукт та послуга як елементи інформаційного ринку.
8. Механізм функціонування інформаційного ринку.
9. Пропозиція і споживання інформаційних продуктів і послуг.
10. Суб'єкти інформаційного ринку та їх потреби в інформації.
11. Види інформаційних ринків.
12. Інфраструктура інформаційного ринку.
13. Господарське середовище інформаційного ринку.
14. Основні закономірності та принципи організації підприємницької діяльності в інформаційній сфері.
15. Організаційно-правові засади інформаційного підприємства.
16. Організація створення інформаційного продукту та послуги.
17. Рекламування інформаційного продукту та послуги.
18. Просування інформаційного продукту та послуги.

- 19.Маркетингове інформаційне підприємництво.
- 20.Маркетингові послуги як об'єкт маркетингового інформаційного підприємництва.
- 21.Роль та види інформації в маркетинговому підприємстві.
- 22.Процес маркетингового дослідження в інформаційній сфері.
- 23.Консалтингове інформаційне підприємництво.
- 24.Консалтингові послуги як об'єкти інформаційної підприємницької діяльності.
- 25.Основні види консалтингових інформаційних послуг.
- 26.Виробники і споживачі консалтингових інформаційних послуг.
- 27.Рекламне інформаційне підприємництво
- 28.Рекламні продукти та послуги як об'єкти інформаційної підприємницької діяльності.
- 29.Законодавче забезпечення рекламної діяльності в Україні.
- 30.Основні учасники рекламного процесу.
- 31.Виробники і споживачі рекламних інформаційних продуктів та послуг.
- 32.Реклама інформаційного продукту та послуги.
- 33.Інформаційне підприємництво в сфері інформаційних продуктів та послуг.
- 34.Інформація як основний продукт обміну.
- 35.Сучасні тенденції в розвитку інформаційного підприємництва в сфері інформаційних технологій.

10. Рекомендована література

Основна

1. Кулицький С. П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління / С.П. Кулицький - Київ: МАУП, 2002. - 224 с.
2. Мочерний С.В. Основи підприємницької діяльності: Навчальний посібник / С.В. Мочерний, О.А. Устенко, С.І. Чеботар – К.: Видавничий центр «Академія», 2005. – 280 с.
3. Виноградська А.М. Технологія комерційного підприємництва: навчальний посібник / А.М. Виноградська – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 780 с.
4. Охріменко В.М. Інформаційні системи і технології на підприємствах: Конспект лекцій / В.М. Охріменко, Т.Б. Воронкова – Харків: ХНАМГ, 2006. – 185 с.
5. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті: Навч. пос. / І.С. Вовчак – Тернопіль: Карт-бланш – 2001.- 354 с.
6. Пінчук Н.С. Інформаційні системи і технології в маркетингу: Навч. пос. / Н.С. Пінчук – К.: КНУЕ, 1999. – 323 с.
7. Івахненко С.В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: Навч. пос. / С.В. Івахненко – К.: Знання-Прес – 2003.- 349 с.

8. Грабауров В.А. Информационные технологии для менеджеров. / В.А. Грабауров – М.: Финансы и статистика, 2001.- 368 с.
9. Береза А.М. Інформаційні системи і технології в економіці: Навч.-метод. посібник. / А.М. Береза - К.: КНЕУ, 2002. -80 с.

Додаткова

1. Господарський Кодекс України: Закон України. № 436 - IV від 16.01.2003-р. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
2. Захарчин Г.М. Основи підприємництва: навчальний посібник. / Г.М. Захарчин – К.: Знання, 2008. – 437 с.
3. Колот В.М. Підприємництво: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. / В.М. Колот, О.В. Щербина – К.: КНЕУ, 2006. – 160с.
4. Лаврененко В.В. Організаційний розвиток підприємства: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни. / В.В. Лаврененко, О.Г. Деревянко, В.І. Тоцький – К.: КНЕУ, 2005. – 197 с.
5. Мельник В.М. Оподаткування підприємницької діяльності: Навчальний посібник. / В.М. Мельник, І.А. Грицаєнко, О.С. Іванишина – К. Кондор, 2003. – 160 с.
6. Підприємництво: крок за кроком. – Донецьк, 2004. – 320 с.
7. Про акціонерні товариства: Закон України № 639-VI від 31.10.2008 р. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
8. Про банки і банківську діяльність: Закон України № 2121-III від 07.12.2000 р. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
9. Про господарські товариства: Закон України № 1576-12 від 19.09.1991 р. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
10. Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України № 2063-III від 19.10.2000 р. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
11. Про державну реєстрацію юридичних осіб і фізичних осіб – підприємців: Закон України № 755-IV от 15.05.2003 р. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
12. Про захист економічної конкуренції: Закон України № 2210-III від 11.01.2001р. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
13. Про інститути спільного інвестування (пайові і корпоративні інвестиційні фонди): Закон України № 2299-3 від 15.03.2001 р. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
14. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України № 1775-III від 01.06.2000 р. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.
15. Цивільний Кодекс України: Закон України № 435 - IV від 16.01.2003 р. -

[Електронний ресурс] - Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.

16. Цигилик І.І. Основи підприємництва. Друге видання, перероблене та доповнене. Навчальний посібник / І.І. Цигилик, З.М. Криховецька, Т.М. Паневник - К.: ЦУЛ, 2007.- 224 с.

11. Інформаційні ресурси

1. <http://www.liga.kiev.ua>.
2. <http://www.rada.gov.ua>.
3. www.cul.com.ua
4. www.training.net
5. www.twirpx.com
6. www.ukrjob.net
7. www.ukrstat.gov.ua

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
студентів заочної форми навчання
з дисципліни «Інформаційне підприємництво»

Студенти виконують самостійну роботу з дисципліни «Інформаційне підприємництво» і подають її на кафедру на початку сесії.

Оформлення роботи: підписана пластикова тонка папка-швидкозшивач з файлами, що містить:

1. Теоретичні питання.
2. Практичну частину.

Завдання: а) розкрити два (2) теоретичних питання на Ваш вибір з переліку теоретичних питань (наводиться).

б) практична частина (див нижче).

Перелік теоретичних питань
з дисципліни «Інформаційне підприємництво»

1. Поняття та сутність інформаційного підприємництва.
2. Компонентна структура інформаційного підприємництва.
3. Державне регулювання інформаційного підприємництва.
4. Інформація як об'єктна складова інформаційного підприємництва.
5. Основні сфери і сектори інформаційного підприємництва.
6. Ринок інформаційних продуктів та послуг.
7. Інформаційний продукт та послуга як елементи інформаційного ринку.
8. Механізм функціонування інформаційного ринку.
9. Пропозиція і споживання інформаційних продуктів і послуг.
10. Суб'єкти інформаційного ринку та їх потреби в інформації.
11. Види інформаційних ринків.
12. Інфраструктура інформаційного ринку.
13. Господарське середовище інформаційного ринку.
14. Основні закономірності та принципи організації підприємницької діяльності в інформаційній сфері.
15. Організаційно-правові засади інформаційного підприємництва.
16. Організація створення інформаційного продукту та послуги.
17. Рекламування інформаційного продукту та послуги.
18. Просування інформаційного продукту та послуги.
19. Маркетингове інформаційне підприємництво
20. Маркетингові послуги як об'єкт маркетингового інформаційного підприємництва.
21. Роль та види інформації в маркетинговому підприємстві.
22. Процес маркетингового дослідження в інформаційній сфері.
23. Консалтингове інформаційне підприємництво
24. Консалтингові послуги як об'єкти інформаційної підприємницької діяльності.
25. Основні види консалтингових інформаційних послуг.

- 26.Виробники і споживачі консалтингових інформаційних послуг.
- 27.Рекламне інформаційне підприємництво
- 28.Рекламні продукти та послуги як об'єкти інформаційної підприємницької діяльності.
- 29.Законодавче забезпечення рекламної діяльності в Україні.
- 30.Основні учасники рекламного процесу.
- 31.Виробники і споживачі рекламних інформаційних продуктів та послуг.
- 32.Реклама інформаційного продукту та послуги.
- 33.Інформаційне підприємництво в сфері інформаційних продуктів та послуг.
- 34.Інформація як основний продукт обміну.
- 35.Сучасні тенденції в розвитку інформаційного підприємництва в сфері інформаційних технологій.

ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

з дисципліни «Інформаційне підприємництво»

Б.1. Створити інформаційний продукт або його навести його практичний опис.

Б.2. Провести маркетингове обґрунтування за планом:

- що характеризує основних покупців (вік, стать, освіта, соціальний стан, доходи, звички тощо);
- яке їх ставлення до інформаційного продукту (байдуже, прихильне, вороже);
- де живуть покупці (місто, сільська місцевість, або те й інше);
- чим найбільше цікавляться покупці;
- наскільки продукт, що пропонується, відповідає їх інтересам, вимогам, потребам тощо;
- чому покупцям бажано придбати саме цей продукт (скільки це коштуватиме, наскільки забезпечуватимуться зручність користування, задоволення особистих потреб);
- що втратить покупець, якщо він не придбає цей продукт (послугу);
- чим цей інформаційний продукт відрізняється від того, яким користуються зараз;
- чи усвідомлюють покупці необхідність придбання даного інформаційного продукту;
- чому покупці досі не купували цей продукт;
- якщо покупець купуватиме продукт (послугу) не для себе, то як потрібно скласти рекламне звернення.

Б.3. Розробити рекламно-інформаційне супроводження виходу на ринок Вашого інформаційного продукту.