ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«КИЇВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО»

Циклова комісія економіко-управлінських та соціальних дисциплін

ЗАТВЕРДЖУЮ
Заступник директора коледжу з
навчально-виховної роботи
_____ Людмила ПУСТОВОЙТ
«_»__2021 року

РОБОЧА ПРОГРАМА

навчальної дисципліни

ВНПП03.02.02 Менеджмент та маркетинг інформаційної галузі

освітньо-професійної програми Обслуговування комп'ютерних систем і мереж

спеціальності 123 Комп'ютерна інженерія

відділення Екології, комп'ютерних систем та автоматизації;

Київ – 202_ рік

Робоча програма з дисципліни Менеджмент та маркетинг інформаційної галузі для підготовки фахових молодших бакалаврів за освітньо-професійною програмою Обслуговування комп'ютерних систем і мереж для студентів II курсу спеціальності 123 Комп'ютерна інженерія

РОЗРОБНИК: Людмила САРНАВСЬКА – викладач вищої категорії, старший викладач

Робочу програму схвалено на засіданні циклової комісії економіко-управлінських та соціальних дисциплін

Протокол № _1_ від "_31_" _серпня_ 2021 року

Голова циклової комісії економіко-управлінських та соціальних дисциплін _____ Людмила САРНАВСЬКА

Розглянуто і рекомендовано до затвердження навчально-методичною радою коледжу

Протокол № _1_ від «31» серпня 2021 р.

Голова НМР_____Аліна МАРКОВА

Зміст

1. Пояснювальна записка. 4
2. Навчально-тематичний план предмету 6
3. Календарно-тематичний план дисципліни 6
4. Теми і плани лекційних занять 8
5. Теми і плани семінарських занять 13
7. Методи активізації навчального процесу 18
8. Система поточного та підсумкового контролю знань. 18
9. Критерії оцінювання результатів навчання студентів 21
10. Рекомендована література 23
Додатки 24

1. Пояснювальна записка.

Вивчення дисципліни Менеджмент та маркетинг інформаційної галузі сприяє формуванню теоретичних знань та практичних навичок створення та використання інформаційних систем.

Мета – формування у майбутніх фахівців знань і навичок щодо сучасних інформаційних систем і технологій, їх раціонального використання, а також практичних навичок ефективного використання сучасних інформаційних технологій у процесі здійснення управлінської діяльності в організації та маркетингової діяльності.

Завдання – допомогти студентам зрозуміти сутність інформаційних систем та їх значення в управлінні сучасними організаціями; сучасний стан і тенденції розвитку інформаційних технологій; методологія розробки інформаційних систем, визначення їх якості та ефективності; використання інтегрованих автоматизованих інформаційних систем у бізнесі; розвитку і запровадження в організації систем підтримки прийняття рішень; визначення основних характеристик експертних систем; використання технологій штучного інтелекту в управлінні організаціями; використання Інтернет в управлінській діяльності керівників; застосування електронної комерції у практичній діяльності організації; здійснення електронних платежів та забезпечення їх безпеки; ознайомлення з поняттям та сутністю маркетингу інформаційних продуктів і послуг; з'ясування місця і ролі маркетингу інформаційних продуктів і послуг в практичній діяльності; здійснення аналізу ринку інформаційних продуктів і послуг; опанування специфіки методології маркетингу інформаційних продуктів і послуг; оволодіння методами та інструментами маркетингу в інформаційній діяльності; освоєння методів отримання й обробки маркетингової інформації на ринку інформаційних продуктів і послуг.

Процес вивчення дисципліни ВНПП03.02.02 Менеджмент та маркетинг інформаційної галузі спрямований на формування елементів наступних компетентностей:

а) загальні компетентності (КЗ):

КЗ7. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел та практичного її застосування.

КЗ8. Здатність вчитися і бути сучасно навченим.

Б) спеціальні (фахові) знання (КФ):

КФ12. Здатність здійснювати організацію робочих місць з урахуванням вимог безпеки життєдіяльності і охорони праці, їх технічне оснащення, розміщення комп'ютерного устаткування, використання організаційних, технічних, алгоритмічних та інших методів і засобів захисту інформації.

КФ13. Здатність оцінювати і враховувати економічні, соціальні, технологічні та екологічні чинники, що впливають на сферу професійної діяльності.

КФ14. Здатність аргументувати вибір методів розв'язування спеціалізованих задач, критично оцінювати отримані результати, обґрунтовувати прийняті

рішення.

Програмні результати навчання.

РН12. Вміти застосовувати базові знання стандартів в області інформаційних технологій при розробці та впровадженні інформаційних систем і технологій
РН36. Вміти застосовувати теоретичні (логічні та арифметичні) основи побудови сучасних комп'ютерів при вирішенні професійних завдань.
РН43. Вміти економічно мислити, орієнтуватися у конкретних виробничих ситуаціях, аналізувати показники виробничої діяльності підприємства.
РН49. Критично осмислювати основні теорії, принципи, методи і поняття у навчанні та професійній діяльності.

2. Навчально-тематичний план предмету

№	Назва розділу	Кількість годин			
		Всього	Лекції	Семін.	Самост.
1	Інформаційні технології в менеджменті	12	22	8	30
2	Сутність, складові, методологія, принципи маркетингу інформаційних продуктів і послуг	18	28	6	26
	Всього	120	50	14	56

3. Календарно-тематичний план дисципліни

	Назви розділів і тем	Кількість годин			
		усього	лекції	семінар заняття	сам. робота
1	2	3	4	5	6
	Розділ 1. Інформаційні технології в менеджменті				
1	Інформаційні системи і технології. Основні поняття та визначення	**2**	2		
2	Планування в середовищі інформаційної системи	**2**	2		
3	Концептуально- технологічні та організаційно-методичні основи створення інформаційних систем.	**8**	2		6
4	Систем підтримки прийняття рішень та технології штучного інтелекту.	**2**	2		
5	Інформаційні системи управління взаємовідносинами з клієнтами.	**2**		2	
6	Управління інформаційними ресурсами.	**8**	2		6
7	Комунікативні процеси в системі керування.	**2**	2		
8	Основні поняття і категорії кадрового менеджменту.	**6**	2		4
9	Автоматизовані системи управління персоналом.	**2**		2	
10	Інформаційні системи, засновані на	**6**	2		4

	хмарних технологіях				
11	Технології інтерактивного банківського обслуговування та системи електронних платежів	**6**	2		4
12	Управління капіталовкладеннями в сфері інформатизації.	**2**	2		
13	Інформаційні системи комплексного аналізу фінансового стану підприємства.	**2**		2	
14	Ефективність та безпека інформаційних технологій.	**8**	2		6
15	Інформаційні системи управління проектами.	**2**		2	
	Розділ 2. Сутність, складові, методологія, принципи маркетингу інформаційних продуктів і послуг				
16	Місце та роль маркетингу інформаційних продуктів і послуг у загальній концепції маркетингу	**2**	2		
17	Структура і зміст ринку інформаційних продуктів і послуг	**2**	2		
18	Інформація як головний чинник ринку інформаційних продуктів і послуг	**2**	2		
19	Типи і види інформаційних продуктів і послуг	**8**	2		6
20	Електронне навчання персоналу (E-learning).	**2**		2	
21	Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації	**6**	2		4
22	Маркетингові стратегії конкурентної боротьби на ринку інформаційних продуктів і послуг	**8**	2		6
23	Канали та засоби розповсюдження інформаційних продуктів та послуг	**6**	2		4
24	Система розробки бізнес-планів Project Expert.	**2**		2	
25	Реклама на ринку інформаційних	**2**	2		

	продуктів і послуг				
26	Бенчмаркінгові дослідження на ринку інформаційних продуктів і послуг.	**2**	2		
27	Організація консалтингової діяльності на ринку інформаційних продуктів і послуг	**2**	2		
28	Цінова стратегія на ринку інформаційних продуктів і послуг	**2**	2		
29	Електронна комерція на сучасному етапі	**2**	2		
30	Технології інформаційного маркетингу	**8**	2		6
31	Інформаційні системи діловодства та документообігу.	**2**		2	
32	Становлення міжнародної електронної комерції	**2**	2		
	Всього по дисципліні	**120**	**50**	**14**	**56**

4. Теми і плани лекційних занять

Розділ 1. Інформаційні технології в менеджменті.

Лекція 1.

Тема. Інформаційні системи і технології. Основні поняття та визначення.

План:

1. Система управління. Історія розвитку інформаційних систем.
2. Типова структура та склад інформаційних систем.
3. Класифікація інформаційних систем. Рівні інформаційних систем в організації. Глобальне інформаційне суспільство.
4. Поняття «інформаційні технології». Класифікація інформаційних технологій. Режими оброблення інформації та їх вплив на інформаційну технологію

Лекція 2.

Тема. Планування в середовищі інформаційної системи.

План:

1. Еволюція стратегічних моделей управління підприємством.
2. Суть процесу планування.
3. Стратегічне планування інформаційних систем.
4. Сучасні підходи до створення інформаційних систем на підприємствах.
5. Структурно- орієнтований підхід. Об'єктно-орієнтований підхід.

Процесно-орієнтований підхід. Case-технології.

6. Фази стратегічного планування інформаційних систем.

Лекція 3.

Тема. Концептуально- технологічні та організаційно-методичні основи створення інформаційних систем.

План:

1. Принципи побудови управлінських систем.
2. Моделі життєвого циклу інформаційних систем.
3. Проектування автоматизованої інформаційної системи.
4. Системи планування матеріальних ресурсів (MRP).
5. Системи планування виробничих ресурсів (MRP II).

Лекція 4.

Тема. Систем підтримки прийняття рішень та технології штучного інтелекту.

План:

1. Передумови виникнення систем підтримки прийняття рішень (СППР). Основні відмінності СППР від традиційних звітних систем.
2. Розвиток концепції і структури СППР. Компоненти СППР. Характеристики сучасних комп'ютерних СППР.
3. Використання технологій штучного інтелекту в управлінні організацією.
4. Експертні системи. Нейронні мережі. Віртуальна реальність.
5. Технології автоматичного інтелектуального аналізу даних. Системи підтримки роботи групи. Приклади використання інтелектуальних систем

Лекція 5.

Тема. Управління інформаційними ресурсами.

План:

1. Роль, значення та структура інформаційних ресурсів. Поняття національних інформаційних ресурсів.
2. Джерела формування інформаційних ресурсів. Інтелектуально-когнітивна діяльність людини та формалізовані результати її життєдіяльності.
3. Інформаційні ресурси як капітал. Специфіка інформаційних ресурсів невиробничої сфери: освіти, культури, мистецтва, науки.

Лекція 6.

Тема. Комунікативні процеси в системі керування.

План:

1. Сутність комунікації, її роль у системі керування компанією.
2. Класифікація комунікацій компанії.
3. Керування комунікаційними процесами.
4. Напрямки удосконалення системи комунікацій у керуванні.

Лекція 7.

Тема. Основні поняття і категорії кадрового менеджменту.

План:

1. Базові категорії, що характеризують управління кадрами.
2. Система менеджменту персоналу.
3. Методологія та концепції кадрового менеджменту організації.
4. Системний підхід у кадровому менеджменті.

Лекція 8.

Тема. Інформаційні системи, засновані на хмарних технологіях.

План:

1. Визначення «хмарових» обчислень. Моделі розгортання «хмарової» інфраструктури.
2. Моделі обслуговування «хмарової» інфраструктури.
3. Технологічні основи функціонування «хмарових технологій».
4. Переваги та недоліки «хмарових» обчислень.

Лекція 9.

Технології інтерактивного банківського обслуговування та системи електронних платежів.

План:

1. Основні визначення.
2. Приклади реалізації послуг: Інтернет-банкінгу. Телефонний банкінг. Відео-банкінг. PC-банкінг. Інтернет-банкінг. Система Приват24.
3. Тенденції розвитку Інтернет-банкінгу у світі. Транзакції в Інтернет.

Лекція 10.

Тема. Управління капіталовкладеннями в сфері інформатизації.

План:

1. Управління капіталовкладеннями у сфері інформатизації.
2. Показники ефективності інформатизації.
3. Аналіз витрат у сфері інформатизації.

4. Ціноутворення на продукцію ІС.
5. Прийняття рішень щодо інвестицій в ІТ. Окупність ІТ.
6. Збалансований і комплексний підхід.

Лекція 11.
Тема. Ефективність та безпека інформаційних технологій.
План:

1. Загальні принципи оцінки ефективності інформаційних технологій управління.
2. Ефективність впровадження автоматизованих систем.
3. Безпека інформаційних систем. Інформаційна політика.
4. Законодавство України в сфері електронного бізнесу

Лекція 12.
Тема. Місце та роль маркетингу інформаційних продуктів і послуг у загальній концепції маркетингу.
План:

1. Сутність понять «інформаційний продукт», «інформаційна послуга». Інформаційні продукти і послуги як товар.
2. Необхідність проведення маркетингових досліджень у сфері інформаційних продуктів і послуг.
3. Вивчення підходів щодо визначення споживачів інформаційних продуктів та послуг.
4. Види інформаційного маркетингу.
5. Принципи планування, стратегія і тактика маркетингу інформаційних товарів і послуг.

Лекція 13.
Тема. Структура і зміст ринку інформаційних продуктів і послуг.
План:

1. Поняття ринку інформаційних продуктів і послуг.
2. Вплив інформаційних технологій на динаміку змін у структурі ринку інформаційних продуктів і послуг.
3. Принципи та прийоми сегментування ринку інформаційних продуктів і

послуг.

4. Структурні елементи ринку інформаційних продуктів і послуг.

Лекція 14.

Тема. Інформація як головний чинник ринку інформаційних продуктів і послуг

План:

1. Види ринків інформаційних продуктів і послуг за місткістю: вертикальний та горизонтальний.
2. Шляхи виходу на ринок інформаційних продуктів і послуг.
3. Дослідження конкурентного середовища.
4. Принципи проведення маркетингової діяльності на ринку інформаційних продуктів і послуг

Лекція 15.

Тема. Типи і види інформаційних продуктів і послуг.

План:

1. Класифікація інформаційних продуктів і послуг.
2. Види інформаційних продуктів. Інформаційний ресурс.
3. Специфічні властивості інформаційних ресурсів.
4. Постачальники інформаційних послуг. Умови надання інформаційних послуг.

Лекція 16

Тема. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації

План:

1. Сутність маркетингової інформаційної системи (МІС).
2. Формування бази даних.
3. Структура МІС.
4. Автоматизовані МІС.

Лекція 17

Тема: Маркетингові стратегії конкурентної боротьби на ринку інформаційних продуктів і послуг.

План:

1. Маркетинговий аналіз умов конкуренції на ринку інформаційних продуктів і послуг.

2. Базові конкурентні стратегії (М.Портер).
3. Аналіз стратегій конкурентів.
4. Сучасні стратегії боротьби за споживача.
5. Оцінка власної конкурентної позиції на ринку.

Лекція 18

Тема. Канали та засоби розповсюдження інформаційних продуктів та послуг

План:

1. Теорія маркетингової комунікації.
2. Поняття системи розповсюдження та її складові елементи.
3. Методи поширення інформаційних продуктів: канали розподілу, рух, торгівля.

Лекція 19

Тема. Реклама на ринку інформаційних продуктів і послуг.

План:

1. Рекламна діяльність для стимулювання збуту інформаційних продуктів і послуг.
2. Законодавчі та теоретичні засади управління рекламною діяльністю інформаційного підприємства.
3. Організація проведення рекламної кампанії.
4. Особливості проведення рекламної політики інформаційним підприємством

Лекція 20

Тема. Бенчмаркінгові дослідження на ринку інформаційних продуктів і послуг.

План:

1. Історія виникнення бенчмаркінгу.
2. Сутність бенчмаркінгу в управлінні бізнес-процесами.
3. Технології бенчмаркінгових досліджень.
4. Особливості застосування бенчмаркінгу на ринку інформаційних продуктів і послуг

Лекція 21

Тема. Організація консалтингової діяльності на ринку інформаційних продуктів і послуг.

План:

1. Поняття, мета, завдання консалтингової діяльності.
2. Комунікації і методи консалтингової діяльності.
3. Методи розповсюдження інформації, навчання і консультування.

Лекція 22

Тема. Цінова стратегія на ринку інформаційних продуктів і послуг.

План:

1. Особливості ціноутворення в інформаційній галузі.
2. Основні види ціноутворення на ринку інформаційних продуктів і послуг.
3. Методи ціноутворення, система цін на інформаційні продукти і послуги.
4. Формування ціни виробником. Визначення ціни, прийнятної для споживача.

Лекція 23

Тема. Електронна комерція на сучасному етапі

План:

1. Електронна комерція в гіпермедійному середовиші.
2. Особливості та переваги інтернет-маркетингу.
3. Особливості використання пошукових систем в електронному бізнесі.
4. Криптовалюти.
5. Електронна комерція та її необмежені можливості в технологіях продажу інформаційних продуктів та послуг.

Лекція 24

Тема. Технології інформаційного маркетингу.

План:

1. Маркетинг в Internet (електронний маркетинг).
2. Інформаційний маркетинг, вивчення ринку.
3. Виробництво товару або послуги.
4. Реалізація. Продаж і після продажна діяльність.
5. Реклама в Internet. Банер. Хіти на сайтах.

Лекція 25

Тема. Становлення міжнародної електронної комерції.

План:

1. Поняття е-комерції, е-бізнесу, е-маркетинг, інтернет-ринків.
2. Світові лідери у сфері новітніх технологій електронної комерції: США, Німеччина, Японія.
3. Головні тенденції останніх років у розвитку електронної комерції.

5. Теми і плани семінарських занять

Семінарське заняття № 1

Тема: Інформаційні системи управління взаємовідносинами з клієнтами.

План:

1. CRM-система Sales Expert.
2. Модулі системи.
3. Ведення бази даних.
4. Аналіз ринкових можливостей компанії.
5. Процес комунікації з клієнтами.

Семінарське заняття №2

Тема: Автоматизовані системи управління персоналом.

План:

1. Сучасні HRM-системи. Функціональність HRM систем.
2. Системи підбору, мотивації, обліку та оцінювання персоналу.
3. Автоматизація основних завдань мотивації персоналу.
4. Автоматизація бізнес-процесів оцінки персоналу.
5. Автоматизація бізнес-процесів інформаційного самообслуговування.

Семінарське заняття №3

Тема: Інформаційні системи комплексного аналізу фінансового стану підприємства.

План:

1. Управління капіталовкладеннями у сфері інформатизації.
2. Показники ефективності інформатизації.
3. Аналіз витрат у сфері інформатизації.
4. Ціноутворення на продукцію ІС.

5. Прийняття рішень щодо інвестицій в ІТ. Окупність ІТ.
6. Збалансований і комплексний підхід

Практичні завдання:

1. Ознайомлення з функціональними можливостями інформаційних систем комплексного аналізу фінансового стану підприємства та технологією розв'язування задач в них.
2. Аналіз фінансового стану підприємства за допомогою інформаційної системи Audit Expert.

Семінарське заняття № 4

Тема: Інформаційні системи управління проектами.

План:

1. Програмний продукт Spider Project.
2. Структуризація та опис складу і характеристик робіт, ресурсів, витрат і доходів проекту. Розрахунок розкладу виконання робіт проекту.
3. Аналізу ризиків і визначення необхідних резервів для надійної реалізації проекту.
4. Ведення обліку й аналізу виконання проекту.

Семінарське заняття № 5

Тема: Електронне навчання персоналу (E-learning).

План:

1. Місце електронного навчання у стратегії розвитку персоналу.
2. Компоненти електронного навчання.
3. Системи управління навчанням.
4. Форми подання навчальних матеріалів.
5. Приклади e-Learning систем.

Семінарське заняття № 6

Тема: Система розробки бізнес-планів Project Expert.

План:

1. Автоматизація проектування розвитку бізнесу, аналіз ризиків і

ефективності інвестиційних проектів.

2. Побудова моделі.
3. Визначення потреби у фінансуванні.
4. Розроблення стратегії фінансування.

Практичні завдання:

1. Аналіз фінансових результатів.
2. Формування та друкування звіту.
3. Контроль реалізації проекту.

Семінарське заняття № 7

Тема: Інформаційні системи діловодства та документообігу

План:

1. Електронний цифровий підпис.
2. Інфраструктура електронних цифрових підписів.
3. Технології створення електронного документа.
4. Засоби автоматизації процесів діловодства і документообігу.
5. Процес впровадження АІС діловодства та документообігу.

6. Теми і питання для самостійної роботи студентів

Тема. Концептуально- технологічні та організаційно-методичні основи створення інформаційних систем. (6 год.)

План:

1. Системи планування ресурсів підприємства (ERP).
2. Системи планування ресурсів підприємства, синхронізовані зі споживачами (CSRP).
3. Розвинуті системи планування (APS).
4. Корпоративна інформаційна система R/3.
5. Системи інтеграції ланцюжків поставок SCI.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема. Управління інформаційними ресурсами. (6 год.)

План:

1. Інформаційні ресурси як важливий чинник культурно-цивілізаційного та економічного зростання України.

2. Концепції, стратегії і програми управління інформаційними ресурсами.
3. Управління інформаційними ресурсами організації.
4. Ідентифікація інформаційних ресурсів з потребами управління.
5. Забезпечення стабільності формування інформаційних ресурсів.
6. Використання інформаційних технологій як основи для розвитку інформаційних ресурсів та створення інформаційних продуктів і послуг

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема. Основні поняття і категорії кадрового менеджменту. (4год.)

План:

1. Людський фактор як основний компонент продуктивних сил.
2. Основні аспекти і рівні вивчення людського фактору, врахування його в кадровому менеджменті.
3. Управління людиною і самоуправління. Необхідність самоуправління.
4. Самоуправління саморозвитком людини, організації.
5. Поняття — «пульсуючий менеджмент». Зв'язок управління людьми з успішною діяльністю організації і майбутнім людства.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема. Інформаційні системи, засновані на хмарних технологіях. (4 год.)

План:

1. Програмне забезпечення як послуга (Software as a service, SaaS).
2. Платформа як послуга (Platformas a service, PaaS).
3. Інфраструктура як послуга (Infrastructureas a service, IaaS).
4. Апаратне забезпечення як послуга (Hardwareas a Service, HaaS).
5. Робоче місце як послуга (Workplaceas a Service, WaaS).
6. Дані як послуга (Dataas a Service, DaaS).
7. Безпека як сервіс (Securityas a Service, SecaaS).
8. Напрямки використання «хмарового» сервісу в управлінні організаціями та їх інформаційними ресурсами.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема. Технології інтерактивного банківського обслуговування та системи електронних платежів.(4 год.)

План:

1. Основні види платіжних систем в Інтернет.
2. Клірингові системи в Інтернет.
3. Цифрова готівка.

4. Старт-карти.
5. Технології електронних грошей.
6. Електронні чеки.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема. Ефективність та безпека інформаційних технологій.(6 год.)

План:

1. Сервіси безпеки та механізми її порушень.
2. Шифрування даних.
3. Захист мереж від зовнішніх втручань.
4. Захист від комп'ютерних вірусів.
5. Безпека і людський фактор.
6. Комп’ютерна злочинність.
7. Здоров'я працівників.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема. Типи і види інформаційних продуктів і послуг. (6 год.)

1. Характеристики інформаційних продуктів і послуг.
2. Надання інтерактивних, маркетингових, консалтингових, навчальних, інтернет-послуг.
3. Методи отримання й обробки маркетингової інформації на ринку інформаційних продуктів і послуг.
4. Етапи процесу збирання та аналізу маркетингової інформації на ринку інформаційних продуктів і послуг.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема. Система маркетингових досліджень і маркетингової інформації. (4 год.)

План:

1. Принципи розробки і впровадження МІС у сфері інформаційної діяльності та послуг.
2. Методи й моделі ухвалення маркетингових рішень.
3. Принципи розробки та впровадження інформаційних систем.

4. Формування маркетингової стратегії.
5. Завдання стратегічного планування.
6. Поточне планування.
7. Перспективне планування маркетингової діяльності на ринку інформаційних продуктів та послуг.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема: Маркетингові стратегії конкурентної боротьби на ринку інформаційних продуктів і послуг.(6 год.)

План:

1. Стратегія зниження собівартості продукції.
2. Стратегія диференціації продукції.
3. Стратегія сегментування ринку.
4. Стратегія впровадження новинок.
5. Стратегія негайного реагування на потреби ринку.
6. Стратегія диверсифікації на ринку інформаційних продуктів і послуг.
7. Виявлення пріоритетних конкурентів і визначення сили їх позиції.
8. Вибір стратегії конкурентної боротьби на різних стадіях розвитку ринку.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема. Канали та засоби розповсюдження інформаційних продуктів та послуг. (4 год.)

План:

1. Послідовність рішень при організації поширення інформаційних продуктів і послуг.
2. Особливості просування інформаційних продуктів і послуг.
3. Стимулювання збуту інформаційних продуктів і послуг.
4. Пропаганда на ринку інформаційних продуктів і послуг.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту

Тема. Технології інформаційного маркетингу.(6 год.)

План:

1. Реклама в Internet.

2. Банер. Хіти на сайтах.
3. Основні способи просування товарів і послуг в Internet.
4. Індексування сайту. Реклама на тематичних сайтах.
5. Контекстна реклама. Банерні мережі.
6. Обмін між серверами кнопками, банерами, посиланнями.
7. SEO-оптимізація сайтів. Спам.

Література: [Л-1, Л-2]

Форма контролю: перевірка конспекту.

7. Методи активізації навчального процесу

Класичні лекції, лекції проблемного характеру, семінарські заняття; тести; повідомлення за темою (усна доповідь); розв'язування ситуаційних задач; індивідуальні консультації для студентів; виконання студентами самостійних завдань.

8. Система поточного та підсумкового контролю знань.

Поточний контроль: письмове опитування (економічний диктант), підготовка доповіді, перевірка конспекту, визначити відповідність між економічними категоріями.

Підсумковий контроль: залік.

Питання на залік:

1. Інформаційний менеджмент як вид менеджменту та його місце в структурі управління.
2. Завдання діяльності інформаційного менеджера з управління інформаційним середовищем.
3. Основні концепції інформаційного менеджменту.
4. Поняття інформаційного ресурсу.
5. Становлення концепцій інформаційного менеджменту, чинники впливу на їх формування.
6. Інформація як основна категорія інформаційного менеджменту та ресурс управління.
7. Класифікація інформації.
8. Види й загальна структура інформації.
9. Процес комунікацій та ефективність управління.

10. Функції документа в управлінні.
11. Управлінська документація як вид інформаційного ресурсу.
12. "Інформаційні бар’єри" в організації.
13. Інформаційна модель організації.
14. Поняття інформаційної потреби. Інформаційний цикл.
15. Інформаційна складова управлінської праці. Поняття інформаційної взаємодії.
16. Внутрішні та зовнішні інформаційні потреби організації.
17. Поняття інформаційно-аналітичної роботи.
18. Зміст і завдання інформаційного забезпечення управління.
19. Види інформаційно-аналітичної діяльності.
20. Класифікація оглядово-аналітичних документів.
21. Види інформаційних систем.
22. Функції інформаційної системи як елемента інформаційного забезпечення менеджменту в організації.
23. Види й технології інформаційної діяльності (ІД) в організації.
24. Класифікація інформаційних технологій для організації збору і реєстрації даних.
25. Поняття інформаційного продукту та поняття інформаційної послуги.
26. Характерні риси сектору ділової інформації.
27. Класифікація інформаційного ринку за ознаками специфічності та домінування видів інформаційних послуг.
28. Критерії оцінки якості інформаційного товару.
29. Основні документальні групи інформаційної продукції.
30. Особливості споживчої вартості інформаційних продуктів.
31. Зміст інформаційного консалтингу.Види інформаційного консалтингу. 32. Основні риси управлінського консультування.
32. Інформаційний аудит як вид інформаційного консалтингу.
33. Вимоги до професійної підготовки інформаційного консультанта.
34. Особливості інформаційного посередництва.
35. Законодавство України про інформацію та охорону інтелектуальної власності.
36. Інформація як об’єкт захисту.
37. Структурні елементи моделі інформаційної безпеки підприємства. Основні категорії управління та їх взаємозв’язок.
38. Поняття закону, принципу, мети, функції, технології, структури; їх

використання в кадровому менеджменті.

39. Натуралістичні і діяльнісні методологічні підходи в кадровому менеджменті.
40. Цілі і завдання кадрового менеджменту.
41. Основні аспекти і рівні вивчення людського фактору.
42. Основні моделі кадрового менеджменту, сформовані в процесі історичного розвитку.
43. Управління людськими ресурсами як технологія в кадровому менеджменті.
44. Раціоналістичний і гуманістичний підходи до управління людськими ресурсами.
45. Кадровий менеджмент і виклики XXI ст. Вимоги часу до системи управління людьми.
46. Об'єкт і предмет дослідження кадрового менеджменту.
47. Методи, техніки і технології, які використовуються у кадровому менеджменті.
48. Компетенція як об'єкт стратегічного управління.
49. Посилення ролі кадрових служб в управлінні організаціями.
50. Види ринків інформаційних продуктів і послуг за місткістю: вертикальний та горизонтальний.
51. Шляхи виходу на ринок інформаційних продуктів і послуг.
52. Дослідження конкурентного середовища.
53. Принципи проведення маркетингової діяльності на ринку інформаційних продуктів і послуг
54. Класифікація інформаційних продуктів і послуг.
55. Види інформаційних продуктів. Інформаційний ресурс.
56. Специфічні властивості інформаційних ресурсів.
57. Постачальники інформаційних послуг. Умови надання інформаційних послуг
58. Сутність маркетингової інформаційної системи (МІС).
59. Формування бази даних.
60. Структура МІС.
61. Автоматизовані МІС
62. Маркетинговий аналіз умов конкуренції на ринку інформаційних продуктів і послуг.
63. Базові конкурентні стратегії (М.Портер).
64. Аналіз стратегій конкурентів.

65. Сучасні стратегії боротьби за споживача.
66. Оцінка власної конкурентної позиції на ринку
67. Теорія маркетингової комунікації.
68. Поняття системи розповсюдження та її складові елементи.
69. Методи поширення інформаційних продуктів: канали розподілу, рух, торгівля
70. Рекламна діяльність для стимулювання збуту інформаційних продуктів і послуг.
71. Законодавчі та теоретичні засади управління рекламною діяльністю інформаційного підприємства.
72. Організація проведення рекламної кампанії.
73. Особливості проведення рекламної політики інформаційним підприємством
74. Історія виникнення бенчмаркінгу.
75. Сутність бенчмаркінгу в управлінні бізнес-процесами.
76. Технології бенчмаркінгових досліджень.
77. Особливості застосування бенчмаркінгу на ринку інформаційних продуктів і послуг
78. Поняття, мета, завдання консалтингової діяльності.
79. Комунікації і методи консалтингової діяльності.
80. Методи розповсюдження інформації, навчання і консультування
81. Особливості ціноутворення в інформаційній галузі.
82. Основні види ціноутворення на ринку інформаційних продуктів і послуг.
83. Методи ціноутворення, система цін на інформаційні продукти і послуги.
84. Формування ціни виробником. Визначення ціни, прийнятної для споживача
85. Електронна комерція в гіпермедійному середовиші.
86. Особливості та переваги інтернет-маркетингу.
87. Особливості використання пошукових систем в електронному бізнесі.
88. Криптовалюти.
89. Електронна комерція та її необмежені можливості в технологіях продажу інформаційних продуктів та послуг
90. Маркетинг в Internet (електронний маркетинг).
91. Інформаційний маркетинг, вивчення ринку.
92. Виробництво товару або послуги.
93. Реалізація. Продаж і після продажна діяльність.
94. Реклама в Internet. Банер. Хіти на сайтах
95. Поняття е-комерції, е-бізнесу, е-маркетинг, інтернет-ринків.
96. Світові лідери у сфері новітніх технологій електронної комерції: США,

Німеччина, Японія.

97. Головні тенденції останніх років у розвитку електронної комерції

9. Критерії оцінювання результатів навчання студентів

Оцінювання знань за 4-бальною системою:

Оцінка "5" (відмінно, високий рівень) ставиться тоді, коли студент абсолютно чітко і вичерпно застосовує знання в практичних ситуаціях, а саме характеризує: сучасний стан і тенденції розвитку інформаційних технологій, використовує інтегровані автоматизовані інформаційні системи у бізнесі, використовує технології штучного інтелекту в управлінні організаціями, використовує Інтернет в управлінській діяльності. У повній мірі проявляє здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; здатність до системного мислення, може об'єктивно критикувати ситуації та самокритично ставиться до своїх висновків. При виконанні практичного завдання студент застосовує системні знання навчального матеріалу, передбачені навчальною програмою.

Оцінка «4» (добре, достатній рівень) ставиться тоді, коли студент дає чіткі і не досить вичерпно застосовує знання в практичних ситуаціях, а саме характеризує: тільки основні етапи сучасного стану і тенденції розвитку інформаційних технологій, частково використовує інтегровані автоматизовані інформаційні системи у бізнесі, частково використовує технології штучного інтелекту в управлінні організаціями, частково використовує Інтернет в управлінській діяльності. Не в повній мірі проявляє здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; здатність до системного мислення, може суб'єктивно критикувати ситуації та самокритично ставиться до своїх висновків. Практичне завдання виконано взагалі правильно, але мають місце окремі неточності.

Оцінка «3» (задовільно, середній рівень) ставиться тоді, коли студент неповністю, з суттєвими помилками застосовує знання в практичних ситуаціях, а саме характеризує тільки: базові поняття інформаційних технологій; обмежено використовує інтегровані автоматизовані інформаційні системи у бізнесі, обмежено використовує технології штучного інтелекту в управлінні організаціями, використовує Інтернет в управлінській діяльності. Проявляє здатність, на рівні елементарного відтворення, до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; не проявляє здатність до системного мислення, може суб'єктивно критикувати ситуації та самокритично ставиться до своїх висновків. При виконанні практичного завдання студент припускається значної кількості помилок та зустрічається зі значними труднощами.

Оцінка «2» (незадовільно, початковий рівень) ставиться тоді, коли студент взагалі не орієнтується в теоретичних питаннях, які розкривають базові поняття інформаційних технологій, не застосовує інтегровані автоматизовані інформаційні системи у бізнесі, не використовує технології штучного інтелекту в управлінні організаціями, не використовує Інтернет в управлінській діяльності. Не проявляє здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел; не здатний до системного мислення, не може суб'єктивно критикувати ситуації та самокритично ставиться до своїх висновків. Має поверхневе уявлення про економічні поняття і взагалі не розуміє їх змістовного навантаження. Студент не може виконати практичні завдання, виявляє здатність до викладення думки на елементарному рівні.

10. Рекомендована література

Основна

1. Антонюк Б. П., Антонюк О. П. Технології інформаційного менеджменту: курс лекцій для студентів спеціальностей 014.09 Середня освіта (Інформатика) та Прикладна математика. / Б. П.Антонюк, О. П.Антонюк. – Луцьк: Вежа-друк, 2022. – 113с.
2. Юдіна Н. В. Маркетинг в інформаційному суспільстві [Електронний ресурс] : навчально-методичний комплекс дисципліни освітньої програми «Промисловий маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти / Н. В. Юдіна ; Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл : 10,75 Mb). - Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 106 с.
3. Палеха Ю.І., Палеха О. Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: Навч. посібник./ Ю.І.Палеха, О. Ю.Палеха — Київ: Видавництво Ліра-К. 2019. — 480 с.

Додаткова.

4. Криховець-Хом'як Л. Я. Економіка (профільний рівень): підруч. для 11 кл. закл. загал. серед. освіти / Л. Я. Криховець-Хом'як, О. В. Длугопольський, А. А. Вірковська. – Тернопіль: Астон, 2019. – 320 с.

Інформаційні ресурси

5. Всі новини економіки та фінансів: URL: http://www.ukr.net/ua/news/jekonomika
6. Інформаційно-пошукова система законодавчих і нормативних документів України URL: http://www.rada.gov.ua
7. Сайт Національного Інституту стратегічних досліджень

   a. URL: http://www.niss.gov.ua
8. Нормативно-законодавчі акти у державному секторі, підприємницької діяльності, міжнародні стандарти.URL: https://mof.gov.ua/uk
9. Законодавчі та нормативні акти з банківської діяльності. Періодичні видання НБУ. URL: https://www.bank.gov.ua/

Додатки

Приклад різнорівневого завдання

Початковий рівень – по 0,5 балу

Тест 1. Яким чином визначено поняття «інформація» у Законі України «Про інформацію»?

1. Інформація - це найвищий, найскладніший результат впорядкованого відображення у вигляді повідомлень, знань, відомостей про природу, суспільство, в цілому про об'єктивну реальність, які охоплюють усі сфери людської діяльності, використовуються в процесі спілкування, управління, виробництва, пізнання, творчості, виховання, освіти. 2. Інформація - документовані або публічно оголошені відомості про по дії та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому середовищі.

3. Інформація - це знання, повідомлення, свідчення про взаємини людей, стан та характер розвитку соціальних процесів.

Тест 2. Оберіть варіант правильної відповіді:

Чи тотожні поняття «інформація» і «документ»?

1. Так.
2. Ні

Середній рівень – 1 бал.

Узгодьте поняття та зміст основних функцій менеджменту**.**

1 Організація	А)	передбачає прогнозування, визначення цілей, стратегії, політики і завдань того чи іншого організаційного формування. Планування включає насамперед прийняття рішень, обґрунтування і чітке формування напрямів дій, складання планів і графіків роботи на різні періоди (рік, місяць, декаду, день).
2. Планування	Б)	система спостереження і перевірки відповідності функціонування підприємств встановленим стандартам та іншим нормативам, прийнятим планам, програмам і оперативним управлінським рішенням, виявлення допущених відхилень від прийнятих принципів організації і ведення господарства.
3. Контроль	В)	об'єднання людей, матеріальних, фінансових та інших ресурсів, формування управляючої системи, визначення видів діяльності, необхідних для реалізації цілей, розстановка і налагодження взаємодії працівників, щоб забезпечити досягнення накреслених цілей.

Достатній рівень – по 0,5 балу

Тест 5. Оберіть правильні відповіді для характеристики витоків формування інформаційного менеджменту:

1. Взаємозв'язки науково-інформаційної діяльності та управління.

2. Кібернетизація соціальних комунікацій і математичне моделювання процесів обробки і передачі інформації.

3. Використання інформаційних технологій для здійснення комунікацій в організаційному у правління.

4. Формування та використання інформаційних ресурсів.

Тест 6. На перетині яких галузей розвивається інформаційний менеджмент? (Обрати правильну відповідь)

1. Управління впровадженням і використанням інформаційних технологій, організація інформаційної діяльності, управління організацією.

2. Організаційні комунікації; документування діяльності підприємства; формування інформаційного потоку організації.

3. Наукові комунікації, управління впровадженням і використанням інформаційних технологій, розробка програмного забезпечення для інформаційних систем управління.

Тест 7. Який із зазначених підходів розглядається як сфера інформаційного менеджменту (позначити правильні відповіді):

1. Документування діяльності підприємства.

2. Формування інформаційних потоків організації.

3. Розробка програмного забезпечення для інформаційних систем управління.

Тест 8. Інформаційний менеджмент розвивається на перетині таких галузей (оберіть кілька варіантів):

1. Організаційні комунікації.

2. Теорія інформаційної діяльності.

3. Загальна теорія управління.

4. Електронна комерція.

Високий рівень – по 0,5 балів

Тест 9. Основною сферою діяльності інформаційного менеджера є:

1. Автоматизована інформаційна система - управління персоналом - комунікації за допомогою Інтернет.

2. Документно-інформаційні ресурси – управління інформаційною діяльністю – комунікації.

3. Адміністративна діяльність - управління інформаційною системою - управління персоналом.

Тест 10. Оберіть правильні відповіді. Діяльність інформаційного менеджера:

1. Пов’язана, в основному, з управлінням людьми у процесі здійснення базової діяльності в оперативному режимі.

2. Спрямована на побудову інформаційної моделі організації як схеми потоків інформаційних повідомлень, використовуваних в процесі управління, що відображає різні процедури виконання функцій управління організацією і пов’язує кожне завдання з вхідними і вихідними документами і показниками

3. Є інноваційною, орієнтованою на постійний пошук нових, більш ефективних способів організації діяльності, тобто створення матеріальних і соціальних передумов для ефективного управління, на активізацію і розвиток наявних організаційно-адміністративних ресурсів, а також форм їх

раціонального використання.

Зразок питань для самоконтролю.

1. Які наукові концепції покладено до основи поняття «інформаційний менеджмент»?
2. Які сфери суспільної діяльності сприяли розвитку інформаційного менеджменту?
3. Визначить роль інформації у загальному комплексі ресурсів організації.
4. Як розвивався інформаційний менеджмент в історичному контексті?
5. Які Вам відомі школи інформаційного менеджменту та як простежується їх зв'язок із видовою відмінністю інформаційної діяльності?