

МІНСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**Робоча програма
навчальної дисципліни “Основи інформаційної економіки”
для студентів спеціальності “Бізнес-адміністрування” усіх форм
навчання**

Укладачі

Лепейко Т.І.
Мазоренко О.В.

Відповідальний за випуск

Лепейко Т.І.

Харків, ХНЕУ, 2011

Затверджено на засідання кафедри менеджменту та бізнесу
Протокол № 1 від 27 серпня 2010 р.

Робоча програма навчальної дисципліни “Основи інформаційної економіки” для студентів спеціальності “Бізнес-адміністрування” усіх форм навчання / укл. Т.І. Лепейко, О.В. Мазоренко – Харків: Вид. ХНЕУ, 2011. – 35 с. (Укр. мов.)

Подано тематичний план навчальної дисципліни “Основи інформаційної економіки” та зміст за відповідними змістовними модулями й темами, представлені плани лекцій та семінарських (практичних) занять, перелік питань для самостійного вивчення й контрольні запитання для більш ефективного опанування дисципліни, оцінювання знань студентів.

ВСТУП

В межах дисципліни “Основи інформаційної економіки” викладаються основи теорії інформаційної економіки як самостійної дисципліни. Головною метою дисципліни є формування у майбутніх спеціалістів з бізнес-адміністрування розуміння концептуальних основ системного управління організаціями в умовах інформаційної економіки, набуття вмінь аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища, прийняття адекватних управлінських рішень, використання сучасних інформаційних систем та технологій в діяльності підприємств.

Предметом вивчення дисципліни є загальні закономірності, принципи формування та розвитку інформаційної економіки.

Програма дисципліни “Основи інформаційної економіки” базується на знаннях з таких нормативних дисциплін як “Основи економічної теорії”, “Мікроекономіка”, “Макроекономіка”, “Інформатика”, “Маркетинг”, “Менеджмент”. Програма пов’язана з дисциплінами, які характеризують об’єкт управління, або окремі його функції – економічні, фінансові, облікові та інформаційні дисципліни, маркетинг, системи технологій тощо.

Необхідним елементом успішного засвоєння навчального матеріалу дисципліни є самостійна робота студентів з літературою з загальної теорії та практики менеджменту, особливостей управління в інформаційній економіці, нормативними актами з питань державного регулювання управління та економіки.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час проведення аудиторних занять: лекційних, практичних (семінарських). Найбільш складні питання винесено на розгляд та обговорення під час семінарських занять. Також велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів. Усі ці види занять розроблені відповідно до положень Булонської декларації.

Метою курсу є - формування у студентів необхідних теоретичних знань та практичних навичок для роботи в сучасних умовах інформаційної економіки.

Для досягнення визначеної мети в процесі викладання курсу необхідно вирішити такі завдання:

- сформуувати у студентів цілісну систему знань про інформаційну економіку;

- навчити організовувати та проводити інформаційну діяльність на будь-якому об'єкті;
- очолювати керівництво інформаційної служби (фірми) (комерційної чи некомерційної або керувати окремим її підрозділом),
- виявляти резерви підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності інформаційних служб (фірм) та вміти мобілізувати їх.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять, виконують завдання щодо практичного застосування одержаних знань.

Структура робочої програми навчальної дисципліни "Основи інформаційної економіки" наведена в табл.1.

Таблиця 1

Структура програми навчальної дисципліни "Основи інформаційної економіки"

| Характеристика дисципліни: підготовка бакалаврів | Галузь знань, напрям, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень | Характеристика навчальної дисципліни |
|--|--|---|
| Кількість кредитів відповідних до ECTS – 3 Змістовних модулів – 2 Самостійна робота | Галузь знань: „Специфічні категорії” | Вибіркова Рік підготовки –3 Семестр – 5 |
| Кількість годин Усього – 108 За змістовними модулями: Модуль 1 – 51 Модуль 2 – 57 | Напрями підготовки: „Бізнес-адміністрування” | Лекції: кількість годин – 17 Практичні (семінари): кількість годин – 17 Самостійна робота: кількість годин – 74 |
| Кількість тижнів викладання дисципліни – 17 Кількість годин за тиждень – 2 | Освітньо-кваліфікаційний рівень – бакалавр | Вид контролю: підсумковий модульний контроль |

1. КВАЛІФІКАЦІЙНІ ВИМОГИ ДО СТУДЕНТІВ

З метою найкращого засвоєння матеріалу студенти повинні до початку вивчення дисципліни опанувати знання і навички в галузі економічної теорії, макроекономіки, мікроекономіки, інформатики, менеджменту та маркетингу.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять, виконують завдання щодо практичного застосування одержаних знань. Найбільш складні питання винесено на розгляд й обговорення під час практичних занять. Також велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів.

Усі види занять розроблено відповідно до положень кредитно-модульної системи процесу навчання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни у студентів формуються такі компетенції (табл. 2).

Таблиця 2

Компетенції, які повинні бути сформовані у бакалаврів

| Назва теми | Компетенції |
|---|--|
| 1 | 2 |
| Змістовний модуль 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ | |
| Тема 1. Інформаційна економіка: становлення, сутність та основні особливості | <ol style="list-style-type: none">1. Визначати основні особливості інформаційної економіки;2. Визначати етапи становлення інформаційної економіки. |
| Тема 2. Інформація як основний ресурс підприємства | <ol style="list-style-type: none">1. Визначати підхід до управління інформаційним простором;2. Проводити аналіз інформаційних потоків на підприємстві;3. Визначати вимоги до системи управління інформаційними ресурсами на підприємстві. |
| Тема 3. Інформаційні технології як основа побудови економічних інформаційних систем | <ol style="list-style-type: none">1. Розуміти внесок інформаційних технологій в розвиток інформаційної економіки;2. Визначати функції інформаційних технологій;3. Визначати особливості процесів розробки та придбання інформаційних систем;4. Проводити аналіз різноманітних інформаційних систем;5. Аналізувати різні варіанти інформаційного забезпечення діяльності підприємства;6. Розробляти інформаційну стратегію підприємства. |
| Тема 4. Людський фактор в умовах інформаційної економіки | <ol style="list-style-type: none">1. Визначати роль людини в інформаційній економіці;2. Визначати вимоги до інформаційного персоналу;3. Проводити підготовку інформаційних менеджерів. |

Закінчення табл. 2

| 1 | 2 |
|--|--|
| ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ | |
| Тема 5. Електронний бізнес – середовище підприємницької діяльності в інформаційній економіці | <ol style="list-style-type: none">1. Використовувати електронну комерцію для інтеграції підприємства до інформаційної економіки;2. Розробка та обслуговування web-сайту підприємства;3. Проводити вибір моделі електронної комерції. |
| Тема 6. Маркетинг в інформаційній економіці | <ol style="list-style-type: none">1. Розробка рекламної кампанії в Інтернет;2. Проводити аналіз ефективності реклами в Інтернет. |
| Тема 7. Електронні гроші та організація платежів у електронному бізнесі | <ol style="list-style-type: none">1. Проводити вибір системи електронних платежів;2. Визначати переваги та недоліки різних систем електронних платежів та розрахунків. |
| Тема 8. Особливості оцінки Інтернет-бізнесу | <ol style="list-style-type: none">1. Проводити аналіз проектів електронної комерції;2. Проводити вибір методів оцінки ІТ-проектів. |

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

З самого початку вивчення дисципліни кожен студент має бути ознайомлений з програмою дисципліни і формами організації навчання, зі структурою, змістом та обсягом кожного з її навчальних модулів, а також з усіма видами контролю та методикою оцінювання знань.

Навчальний процес згідно з програмою навчальної дисципліни “Основи інформаційної економіки” здійснюється у таких формах: лекційні, практичні заняття; самостійна робота студентів; контрольні заходи.

Вивчення студентом навчальної дисципліни відбувається шляхом послідовного й ґрунтовного опрацювання змістовних модулів. Змістовний модуль – це відносно окремий самостійний блок дисципліни, який логічно об'єднує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом та взаємозв'язками.

Тематичний план дисципліни “Основи інформаційної економіки” складається з двох змістовних модулів (табл. 3).

Таблиця 3

**Структура залікового кредиту навчальної дисципліни
“Основи інформаційної економіки”**

| Тема | Кількість годин, відведених на: | | | |
|--|---------------------------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| | лекції | практичні заняття | семінарські заняття | самостійну роботу |
| Змістовний модуль 1. Теоретичні основи інформаційної економіки | | | | |
| Тема 1. Інформаційна економіка: становлення, сутність та основні особливості | 2 | - | 2 | 8 |
| Тема 2. Інформація як основний ресурс підприємства | 2 | 2 | - | 9 |
| Тема 3. Інформаційні технології як основа побудови економічних інформаційних систем | 2 | - | 2 | 9 |
| Тема 4. Людський фактор в умовах інформаційної економіки | 2 | 2 | - | 9 |
| <i>Разом годин за модулем 1</i> | 8 | 4 | 4 | 35 |
| Змістовний модуль 2. Особливості ведення бізнесу в інформаційній економіці | | | | |
| Тема 5. Електронний бізнес – середовище підприємницької діяльності в інформаційній економіці | 3 | 3 | - | 10 |
| Тема 6. Маркетинг в інформаційній економіці | 2 | 2 | - | 10 |
| Тема 7. Електронні гроші та організація платежів у електронному бізнесі | 2 | - | 2 | 9 |
| Тема 8. Особливості оцінки Інтернет-бізнесу | 2 | 2 | - | 10 |
| <i>Разом годин за модулем 2</i> | 9 | 7 | 2 | 39 |
| <i>Всього годин</i> | 17 | 11 | 6 | 74 |

3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА МОДУЛЯМИ ТА ТЕМАМИ

При вивченні дисципліни “Основи інформаційної економіки” студент має ознайомитись з програмою дисципліни, з її структурою, формами та методами навчання, видами та методами контролю знань.

Тематичний план дисципліни “Основи інформаційної економіки” складається з двох модулів, кожний з яких об’єднує у собі відносно окремий самостійний блок дисципліни, який логічно пов’язує кілька навчальних елементів дисципліни за змістом та взаємозв’язками.

Навчальний процес здійснюється у таких формах: лекційні, семінарські та практичні завдання, самостійна робота студентів.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Тема 1. Інформаційна економіка: становлення, сутність та основні особливості

Сутність інформаційного суспільства. Етапи становлення інформаційного суспільства.

Основні тенденції розвитку інформаційної економіки. Сутність інформаційної економіки та її основні характеристики.

Тема 2. Інформація як основний ресурс підприємства

Сутність та основні характеристики інформації. Функції інформації.

Сутність та характеристики інформаційних ресурсів. Загальні та особливі якості інформаційних ресурсів. Види інформаційних ресурсів.

Вимоги до системи управління інформаційними ресурсами.

Тема 3. Інформаційні технології як основа побудови економічних інформаційних систем

Сутність та основні властивості інформаційних технологій. Види інформаційних технологій.

Сутність інформаційних систем. Взаємозв'язок інформаційних систем та технологій. Економічні інформаційні системи. Класифікація економічних інформаційних систем. Основні критерії щодо вибору економічної інформаційної системи.

Нові можливості підприємства, які виявляються з використанням інформаційних технологій. Види інформаційних систем в організаціях. Фактори успіху організацій з власною інформаційною стратегією.

Тема 4. Людський фактор в умовах інформаційної економіки

Нові можливості, що надає інформаційна економіка людині.

Роль людського фактора в управлінні інформаційними ресурсами. Особливості управління персоналом в інформаційній економіці.

ІТ- персонал. Основні вимоги та функції ІТ-персоналу.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2.

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Тема 5. Електронний бізнес – середовище підприємницької діяльності в інформаційній економіці

Сутність та основні характеристики електронного бізнесу. Структура електронного бізнесу. Основні особливості електронного бізнесу. Основні моделі електронного бізнесу. B2B, B2C, C2B та C2C моделі.

Електронна комерція. Функції електронної комерції. Моделі електронної комерції. Переваги електронної комерції.

Організація Web-сайту компанії. Види сайтів. Структура сайту. Оцінка ефективності сайту.

Тема 6. Маркетинг в інформаційній економіці

Сутність інтернет-маркетингу. Методи інтернет-маркетингу.

Переваги та недоліки Інтернет як каналу маркетингу та реклами.

Рекламна кампанія в Інтернет. Структура рекламної кампанії. Маркетингове призначення сайту підприємства. Види інтернет-реклами. Банерна реклама. Види банерів.

Методи та засоби реклами в Інтернет.

Тема 7. Електронні гроші та організація платежів у електронному бізнесі

Сутність електронних грошей. Основні характеристики електронних грошей.

Система електронних платежів та розрахунків. Основні вимоги щодо системи електронних платежів. Види платіжних систем.

Онлайновий банкінг та брокінг.

Тема 8. Особливості оцінки Інтернет-бізнесу

Сутність IT-проектів та їх види.

Методи оцінки IT-проектів. Метод на основі оцінки фінансових результатів. Кількісні та якісні методи.

Інтелектуальна власність та її оцінка.

4. ПЛАНИ ЛЕКЦІЙ

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

ТЕМА 1. ІНФОРМАЦІЙНА ЕКОНОМІКА: СТАНОВЛЕННЯ, СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ОСОБЛИВОСТІ

1.1. Етапи становлення інформаційного суспільства та основні тенденції розвитку інформаційної економіки.

1.2. Сутність інформаційної економіки та її основні характеристики.

Література: [4; 5; 8; 11]

ТЕМА 2. ІНФОРМАЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ РЕСУРС ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Інформація та інформаційні ресурси: сутність і основні характеристики.

2.2. Класифікація інформаційних ресурсів.

2.3. Вимоги до системи управління інформаційними ресурсами підприємства.

Література: [2; 8; 12; 15]

ТЕМА 3. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА ПОБУДОВИ ЕКОНОМІЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

3.1. Сутність інформаційних технологій: основні властивості та види.

3.2. Економічні інформаційні системи та їх класифікація.

3.3. Підходи щодо вибору інформаційних систем.

3.4. Види інформаційних систем в організаціях.

Література: [7; 10; 14; 20]

ТЕМА 4. ЛЮДСЬКИЙ ФАКТОР В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

4.1. Зміна середовища діяльності людини.

4.2. Особливості управління персоналом підприємства в умовах інформаційної економіки.

4.3. IT-персонал: вимоги та особливості формування.

Література: [4; 5; 8; 10; 16]

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

ТЕМА 5. ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС – СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

5.1. Сутність та основні характеристики електронного бізнесу.

5.2. Моделі електронного бізнесу.

5.3. Організаційно-економічні моделі в системі електронної комерції.

5.4. Організація Web-сайту підприємства.

Література: [8; 12; 19; 21; 24]

ТЕМА 6. МАРКЕТИНГ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

6.1. Можливості та завдання маркетингу в інформаційній економіці

6.2. Використання Internet у маркетинговій діяльності фірми

6.3. Особливості реклами в Internet

Література: [5; 7; 15; 21-23]

ТЕМА 7. ЕЛЕКТРОННІ ГРОШІ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ПЛАТЕЖІВ У ЕЛЕКТРОННОМУ БІЗНЕСІ

7.1. Електронні гроші: сутність та основні характеристики

7.2. Система електронних платежів та розрахунків

7.3. Онлайновий банкінг та брокінг

Література: [2; 4; 12; 19; 20; 22-24]

ТЕМА 8. ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ІНТЕРНЕТ-БІЗНЕСУ

8.1. Особливості оцінки IT-проектів.

8.2. Підходи щодо оцінки ефективності проектів.

8.3. Оцінка інтелектуальної власності.

Література: [1; 8; 11; 14; 21-24]

5. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ТА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття спрямоване на формування вмінь та навичок виконання певних видів робіт з менеджменту інформаційної сфери.

У процесі проведення практичного заняття студенти (при попередньому поясненні викладачем) вирішують запропоновані завдання різного рівня складності, виробничі ситуації чи ділові ігри.

Практичні завдання виконуються колективно, у малих групах або індивідуально. Частина завдання може виконуватись на самостійній підготовці. Наприкінці виконання завдання проводиться перевірка роботи та підведення підсумків з виставленням відповідної оцінки. Практичні заняття проводяться за окремими темами, згідно з планом (табл. 3).

При несвоєчасній здачі завдання оцінка може зменшуватись на кілька балів (не більш трьох).

Семінарські заняття спрямовані на закріплення студентами теоретичних знань, отриманих як на лекційних заняттях, так і в процесі самостійного вивчення матеріалу.

У процесі проведення семінарського заняття організується дискусія навколо попередньо визначених тем. Питання для дискусії приведені в планах лекцій на відповідну тему. Викладач оцінює знання, активність та вміння захищати свою точку зору у процесі дискусії.

Таблиця 4

Перелік тем семінарських та практичних занять

| № з/п | Назва теми заняття | Кількість годин | Програмні запитання до заняття | Літературні джерела |
|---|---|-----------------|--|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Змістовний модуль 1. Теоретичні основи інформаційної економіки | | | | |
| 1. | Тема 1 (СЗ). Інформаційна економіка: становлення, сутність та основні особливості | 2 | 1. Поняття інформаційної економіки 2. Інфраструктура інформаційної економіки 3. Особливості державного регулювання інформаційної сфери | [2; 8; 9; 16; 20; 22] |

Закінчення табл. 4

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|--|---|--|---------------------------|
| 2. | Тема 2 (ПЗ). Інформація як основний ресурс підприємства | 2 | 1. Інформація як основний ресурс функціонування і розвитку підприємства. 2. Структура інформації, яка споживається підприємством. 3. Основні властивості і вимоги до інформації. 4. Поняття і види інформаційних потоків. Бар'єри на дорозі інформаційних потоків. 5. Джерела інформації. Управління використанням інформації. Концепція життєвого циклу інформаційних ресурсів. | [1; 6; 8; 19; 21] |
| 3. | Тема 3 (СЗ). Інформаційні технології як основа побудови економічних інформаційних систем | 2 | 1. Поняття та класифікація інформаційних систем 2. Інформаційні технології, їх розвиток та класифікація 3. Економічні інформаційні системи: основні властивості та класифікація 4. Підходи щодо вибору ЕІС | [2; 7; 14; 17; 22] |
| 4. | Тема 4 (ПЗ). Людський фактор в умовах інформаційної економіки | 2 | 1. Формування кадрового складу підприємства 2. Методи оцінки персоналу підприємства 3. ІТ-персонал: вимоги та функції 4. Мотивація персоналу. | [4; 6; 8; 12; 21-25] |
| Змістовний модуль 2. Особливості ведення бізнесу в інформаційній економіці | | | | |
| 5. | Тема 5 (ПЗ). Електронний бізнес – середовище підприємницької діяльності в інформаційній економіці | 3 | 1. Проблеми організації бізнес-процесів у середовищі Інтернет. 2. Електронний бізнес 3. Принципи інтеграції підприємств реального сектору до інформаційної економіки 4. Використання моделей електронної комерції | [5; 8; 10; 12; 17; 20-22] |
| 6. | Тема 6 (ПЗ). Маркетинг в інформаційній економіці | 2 | 1. Класифікація Internet - послуг 2. Можливості використання Internet в рекламній діяльності фірми 3. Використання Internet у збутовій діяльності фірми 4. Які послуги надають Internet - провайдери 5. Ринок Internet -послуг в Україні та його перспективи | [8; 12; 15; 18; 20-24] |

Закінчення табл. 4

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|-----------|---|---------------------|
| 7. | Тема 7 (ПЗ). Електронні гроші та організація платежів у електронному бізнесі | 2 | 1. Онлайнві конкуренти традиційних банків 2. Характер та практика онлайнного банкінгу 3. Структура фондової та корпоративної онлайнної торгівлі | [2; 7; 8; 12;19;20] |
| 8. | Тема 8 (ПЗ). Особливості оцінки Інтернет-бізнесу | 2 | 1. Оцінка ефективності проектів за фінансовими результатами 2. Оцінка кількісних та якісних показників бізнесу 3. Інтелектуальна власність та її оцінка | [4; 8; 11; 12; 16] |
| | Разом | 17 | | |

6. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Для опанування дисципліни “Основи інформаційної економіки” окрім лекційних, практичних, семінарських занять значну увагу необхідно приділяти самостійній роботі.

Основні види самостійної роботи студента:

1. Вивчення основної і додаткової літератури.
2. Підготовка до практичних та семінарських занять, виконання домашніх завдань.
3. Підготовка до проміжного та підсумкового контролю.

Таблиця 5

Перелік питань для самоопрацювання

| № з/п | Назва теми заняття | Програмні запитання до заняття | Літературні джерела |
|-------|---|---|---------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1. | Тема 1. Інформаційна економіка: становлення, сутність та основні особливості | 1. Еволюція інформаційної економіки. 2. Теорії інформаційного суспільства | [2; 4; 5] |
| 2. | Тема 2. Інформація як основний ресурс підприємства | 1. Види інформаційних ресурсів 2. Структура інформаційного середовища підприємства | [2; 4; 13] |
| 3. | Тема 3. Інформаційні технології як основа побудови економічних інформаційних систем | 1. Поняття інформаційної системи 2. Життєвий цикл інформаційних систем | [5; 8; 10; 19] |

Закінчення табл. 5

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|----|--|---|-----------------------|
| 4. | Тема 4. Людський фактор в умовах інформаційної економіки | 1. Нові методи управління персоналом в інформаційній економіці 2. Вимоги до персоналу в інформаційній сфері | [4; 6; 8; 12; 17] |
| 5. | Тема 5. Електронний бізнес – середовище підприємницької діяльності в інформаційній економіці | 1. Стратегії електронного бізнесу 2. Показники оцінки ефективності Web-сайту підприємства | [5; 8; 10; 12; 24] |
| 6. | Тема 6. Маркетинг в інформаційній економіці | 1. Пошук та вибір клієнтів в Інтернет 2. Роль Інтернет у створенні іміджу підприємства | [8; 15; 20-23] |
| 7. | Тема 7. Електронні гроші та організація платежів у електронному бізнесі | 1. Характеристика систем електронних платежів, що використовуються в Україні. 2. Досвід роботи онлайн-структур в Україні | [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7] |
| 8. | Тема 8. Особливості оцінки Інтернет-бізнесу | 1. Основні напрямки розвитку систем електронної комерції 2. Оцінка діяльності електронного магазину | [2; 3; 8; 9; 12; 24] |

7. КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОДІАГНОСТИКИ (САМОКОНТРОЛЮ)

1. Передумови виникнення інформаційного суспільства.
2. Охарактеризуйте етапи розвитку інформаційного суспільства.
3. Охарактеризуйте існуючі парадигми інформаційної економіки.
4. Основні характеристики інформаційної економіки.
5. Охарактеризуйте сутність інформації та інформаційних ресурсів.
6. Дайте характеристику властивостям інформаційних ресурсів.
7. Поняття та види інформаційних потоків підприємства.
8. Вимоги до інформації, що циркулює на підприємстві.
9. Розвиток інформаційної системи як сукупності інформаційних технологій
10. Організація як об'єкт управління.
11. Поняття інформаційних товарів.
12. Інформаційна індустрія та її структура.
13. Види інформаційних технологій.

14. Види інформаційних систем на підприємстві.
15. Рівні інформаційних систем на підприємстві.
16. Критерії вибору економічної інформаційної системи.
17. Формування інформаційної стратегії підприємства.
18. Персонал в інформаційній економіці.
19. Вимоги до ІТ-персоналу.
20. Поняття та структура електронного бізнесу.
21. Порівняння електронного бізнесу та електронної комерції.
22. Особливості вибору інформаційних систем.
23. Моделі електронного бізнесу.
24. Основні бізнес-рішення електронної комерції.
25. Вибір моделей електронної комерції.
26. Організація бізнесу в Інтернет.
27. Web-сайт підприємства.
28. Традиційні методи маркетингу.
29. Інформаційні ресурси як економічна категорія.
30. Джерела інформації
31. Канали отримання інформації
32. Вимоги до системи управління інформаційними ресурсами організації.
33. Методи маркетингу в Інтернет.
34. Просування товарів в Інтернет.
35. Особливості інтернет-реклами.
36. Види реклами в Інтернет.
37. Принципи побудови ефективної інформаційної системи.
38. Показники оцінки рекламної кампанії в Інтернет.
39. Методики оцінки ефективності ІТ-проектів та проблеми їх використання.
40. Електронні платежі.
41. Системи електронних платежів та розрахунків.
42. Сутність онлайн-брокінгу.
43. Перспективи онлайн-банкінгу.
44. Інвестиції в інформаційні технології.
45. Перспективні напрямки розвитку електронної комерції.
46. Ознаки класифікації систем електронної комерції.
47. В чому полягає специфіка функціонування системи B2B.
48. В чому полягає специфіка функціонування системи B2C.

49. В чому полягає специфіка функціонування системи С2С.
50. В чому полягає специфіка функціонування системи С2В.
51. Принципи побудови систем електронної комерції.
52. Що таке електронний магазин.
53. Основні складові електронного магазину.
54. Види Web-сайтів.
55. Переваги торгівлі в Інтернет.
56. Що таке кастомайзинг.
57. Недоліки оплати товарів через Інтернет.
58. Основні засоби реклами в Інтернет.
59. Переваги пошукових систем.
60. Правові документи, що регулюють діяльність в Інтернет.
61. Вимоги, що висуваються до електронних платежів.
62. Види банківських карток.
63. Дайте характеристику електронним грошам.
64. В чому різниця між електронними грошима та переказом грошей в електронному вигляді.
65. Діяльність онлайн-брокера.
66. Перерахуйте властивості інформаційних товарів.
67. Як оптимізувати ефективність Web-сайту.
68. Основні елементи інформаційної економіки.
69. В чому різниця між інформаційними технологіями та інформаційними системами.
70. Різниця між транзакціями в інформаційній та індустріальній економіці.
71. Чому інформаційні технології є невід'ємною частиною інформаційної економіки.
72. Охарактеризуйте функції інформаційних систем.
73. В чому полягають обмеження використання електронної комерції.
74. Що таке мобільна комерція.
75. Основні етапи життєвого циклу інформаційних систем.

8. ІНДИВІДУАЛЬНО – КОНСУЛЬТАТИВНА РОБОТА

Індивідуально-консультативна робота здійснюється за графіком індивідуально-консультативної роботи у формі: індивідуальних занять,

консультацій, перевірки виконання індивідуальних завдань, перевірки та захисту завдань, що винесені на поточний контроль тощо.

Формами організації індивідуально-консультаційної роботи є:

а) за засвоєнням теоретичного матеріалу:

консультації: індивідуальні (запитання – відповідь);

групові (розгляд типових прикладів – ситуацій);

б) за засвоєнням практичного матеріалу:

консультації індивідуальні і групові;

в) для комплексної оцінки засвоєння програмного матеріалу:

виконання модульних завдань .

9. МЕТОДИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ

При викладанні дисципліни передбачено застосування активних і інтерактивних методів навчання - ділових та рольових ігор, тренінгів, семінарів в активній формі, розгляд кейсів, круглих столів.

Основні відмінності активних та інтерактивних методів навчання від традиційних визначаються не тільки методикою і технікою викладання, але і високою ефективністю учбового процесу, який виявляється в:

високій мотивації студентів;

закріпленні теоретичних знань на практиці;

підвищенні самосвідомості студентів;

виробленні здатності ухвалювати самостійні рішення;

виробленні здібності до колективних рішень;

виробленні здібності до соціальної інтеграції;

придбанні навичок вирішення конфліктів;

розвитку здібності до компромісів.

При викладанні дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачено застосування таких навчальних технологій, як: проблемні лекції; робота в малих групах; семінари – дискусії; мозкові атаки; кейс-метод; ділові та рольові ігри; банки візуального супроводження.

Проблемні лекції направлено на розвиток логічного мислення студентів, коло питань теми обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, що не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздачею студентам під час лекцій друкованого

матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються. При викладанні матеріалів лекцій студентам надаються питання для самостійного розмірковування, на які лектор відповідає сам, не чекаючи відповідей студентів. Така система примушує студентів сконцентруватися і почати активно мислити в пошуках правильної відповіді (Теми 3, 5).

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу й характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження (Тема 7).

Робота в малих групах дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду спілкування. (Теми 4, 5, 6,).

Семінари-дискусії передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди й переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів (Тема 1, 3).

Мозкові атаки – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за дуже обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію (Тема 1, 3).

Кейс-метод - метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу (Теми 2, 8).

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації нових товарів і послуг (Теми 5, 6).

Рольові ігри – форма активізації студентів, за якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації у ролі безпосередніх учасників подій (Тема 4).

Дидактичні ігри – метод імітації (наслідування, відображення) прийняття управлінських рішень в різноманітних ситуаціях шляхом програвання (розігрування) за правилами, які вже розроблено або виробляються самими учасниками, реалізується через самостійне

вирішення студентами поставленої проблеми за умови недостатності необхідних знань, коли вони змушені самотійно опанувати новий зміст або шукати нові зв'язки в уже засвоєному матеріалі (Теми 3, 6,7).

Банки візуального супроводження сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності (Теми 1-8).

10. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Система оцінювання знань, умінь та навичок студентів враховує види занять, які згідно з програмою навчальної дисципліни "Основи інформаційної економіки" передбачають лекційні, семінарські та практичні заняття, а також самотійну роботу.

Контрольні заходи включають поточний і підсумковий контроль.

Перевірка та оцінювання знань студентів проводиться в наступних формах:

1. Оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять.
2. Проведення проміжного тестування.
3. Проведення поточного модульного контролю.
4. Проведення підсумкового заліку.

10.1. Порядок поточного оцінювання знань студентів

Загальна модульна оцінка складається з поточної оцінки, яку студент отримує під час практичних (семінарських) занять, оцінки за виконання модульної контрольної роботи.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як середнє арифметичне модульних оцінок та оцінки за результатами підсумкового модульного контролю.

Оцінювання знань студента під час семінарських та практичних занять має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

- а) систематичність, активність та результативність роботи протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни;
- б) виконання проміжного контролю;
- в) виконання контрольних модульних завдань.

Оцінювання проводиться за 12-ти бальною шкалою за такими критеріями:

1) розуміння, ступінь засвоєння теорії та методології проблем, що розглядаються;

2) ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни;

3) ознайомлення з рекомендованою літературою, а також із сучасною літературою з питань, що розглядаються;

4) уміння поєднувати теорію з практикою при розгляді ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків при виконанні завдань, винесених для самостійного опрацювання, та завдань, винесених на розгляд в аудиторії;

5) логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.

При оцінюванні практичних завдань увага також приділяється якості, самостійності та своєчасності здачі виконаних завдань викладачу (згідно з графіком навчального процесу). Якщо якась із вимог не буде виконана, то оцінка на розсуд викладача, буде знижена.

Проміжний тестовий контроль проводиться двічі за семестр. При проведенні поточного тестування визначається рівень знань студентів з теоретичних питань навчальної дисципліни.

Тестові завдання охоплюють всі теми, які вивчаються в межах навчальної дисципліни "Основи інформаційної економіки" та згруповані за двома змістовними модулями, кожен з яких складається з тестових завдань різного рівня складності.

Формат тестових завдань поділяється на:

завдання закритої форми із запропонованими відповідями, із яких вибирають правильні;

завдання відкритої форми з вільно конструйованими відповідями.

Тестові завдання розрізняються за принципом побудови відповіді.

1. *Альтернативні* тестові завдання передбачають наявність двох варіантів відповіді типу "так - ні"; "вірно - невірно" тощо, їх використовують для перевірки правильності вибору або прийняття рішення у згорнутій формі.

2. Тестові завдання *на відновлення відповідності частин* являють собою модифікацію тестових завдань з множинним вибором і

подаються у вигляді двох чи більше колонок слів, фраз, графічних зображень, цифрових або літерних позначень тощо.

3. Тестові завдання *на порівняння і протиставлення (на аналіз взаємозв'язку)* рекомендуються для перевірки умінь виявляти розпізнавальні ознаки різних явищ, ситуацій тощо.

4. Тестові завдання з *множинними відповідями "вірно - невірно"* передбачають, що відповіді або рішення можуть бути тільки правильними або неправильними. За ними тестується глибина знань, розуміння різних аспектів явищ, процесів тощо.

5. Тестові завдання *на відтворення вірної послідовності*, які потребують переструктурування даних або елементів будь-якої комбінації, використовуються у разі тестування вмінь та знань правильної послідовності дій (нормативної діяльності), алгоритмів діяльності технологічних прийомів тощо, а також знань загальноприйнятих формулювань визначень, правил, законів, фрагментів нормативних документів, тощо.

6. Тестові завдання *відкритого типу* передбачають вільні відповіді тестованих, є завданнями без запропонованих варіантів відповідей і використовуються для виявлення знань термінів, визначень понять тощо.

Тестові завдання для проміжного тестового контролю обираються з загального переліку, за відповідними модулями.

Тестове завдання містить 12 запитань одиничного і множинного вибору щодо перевірки знань основних категорій навчальної дисципліни.

Для оцінювання рівня відповідей студентів на тестові завдання використовуються такі критерії: оцінка "відмінно" - 90-100% правильних відповідей; оцінка "добре" - 75-90% правильних відповідей; оцінка "задовільно" - 55-75% правильних відповідей; оцінка "незадовільно" - менше ніж 55% правильних відповідей.

Поточний модульний контроль здійснюється та оцінюється за двома складовими: практичний модульний контроль і лекційний модульний контроль. Оцінка за практичну складову модульного контролю виставляється за результатами оцінювання знань студента під час семінарських і практичних занять та проміжного тестового контролю згідно з графіком навчального процесу.

Кожне завдання модульного контролю оцінюється окремо. Загальна оцінка розраховується як зважена сума оцінок за кожне завдання.

Якщо одне з теоретичних запитань оцінено на „один”, „два” або „три” бали, то загальна оцінка не може бути вищою за „шість” балів.

Для підведення підсумків роботи студентів із змістовного модуля виставляється підсумкова оцінка з поточного модульного контролю, яка враховує оцінки за практичний модульний контроль і лекційний модульний контроль.

ЗРАЗОК ЗАВДАННЯ ДО ПОТОЧНОГО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ

Теоретична частина

1. До методів Інтернет-маркетингу не належить:

- а) банерна реклама;
- б) аффіліативний маркетинг;
- в) інтерактивна реклама;
- г) польові дослідження.

2. Основне завдання інформаційних банерів:

- а) залучення на сайт цільових відвідувачів, які зацікавлені в товарах і послугах, що пропонуються на сайті;
- б) збільшення популярності торговельної марки рекламодавця;
- в) привернення уваги відвідувачів до якої-небудь новини на сайті;
- г) зацікавлення користувача, спроба викликати в нього бажання отримати більше інформації про рекламований продукт.

3. Який вчений виділив інформаційні революції в історії розвитку суспільства:

- а) Д. Белл;
- б) П. Друкер;
- в) Д. Робертсон;
- г) М. Мескон.

4. До цивілізації якого рівня відноситься писемність:

- а) 1-го рівня;
- б) 2-го рівня;
- в) 3-го рівня;
- г) 4-го рівня.

5. За формою власності виділяють такі види інформаційних ресурсів:

- а) колективні, індивідуальні, змішані;
- б) державні, недержавні, змішані;
- в) приватні, державні, комунальні;
- г) державні, недержавні.

6. Скільки типів інформаційних систем обслуговують різні організаційні рівні підприємства:

- а) 4;
- б) 5;
- в) 3;
- г) 2.

7. Які інформаційні системи підтримують працівників знання і обробників даних:

- а) системи з експлуатаційним рівнем;
- б) системи рівня знання;
- в) системи рівня управління;
- г) системи зі стратегічним рівнем.

8. До якої моделі електронного бізнесу належать онлайнві аукціони:

- а) B2B;
- б) B2C;
- в) G2B;
- г) C2C.

9. Будь-яка угода, укладена за допомогою мережі пов'язаних між собою комп'ютерів, по завершенні якої відбувається передача права власності або права користування речовим товаром або послугою - це:

- а) електронний аукціон;
- б) електронний бізнес;
- в) електронна комерція;
- г) електронний маркетинг.

10. Веб-сайт, що надає вичерпну інформацію з будь-якої теми:

- а) сайт-квест;
- б) промо-сайт;
- в) тематичний сайт;
- г) каталог продукції.

11. До основних стадій взаємодії Інтернет-користувача з рекламною інформацією не належить:

- а) залучення уваги;
- б) впізнаваність;
- в) повторення;
- г) дія.

12. За ступенем готовності до використання виділяють такі інформаційні ресурси:

- а) готові та неготові;
- б) закінчені та в процесі розробки;
- в) актуальні та потенційні;
- г) закінчені і потенційні.

Практична частина

Завдання 1

Вхідні дані по рекламній кампанії електронного магазину та інформація про роботу даного магазину наведена в таблиці 6. Бюджет рекламної кампанії 800 \$, розрахований на тиждень. Використовувався банер 468x60 пікселів, розташований приблизно на 600 пікселів нижче початку сторінки.

Необхідно розрахувати показники ефективності рекламної кампанії даного магазину на основі оцінки дій користувача.

Таблиця 6

Показники роботи електронного магазину

| Показник | Значення |
|--|----------|
| 1 | 2 |
| Кількість показів | 90 000 |
| Кількість унікальних показів | 50 000 |
| Вартість розміщення реклами | 800\$ |
| Запам'ятовуваність | + |
| Впізнаваність | + |
| Кількість кліків | 1000 |
| Кількість унікальних відвідувань | 11 000 |
| Кількість відвідувань | 900 |
| Кількість дій | 650 |
| Кількість замовлень | 55 |
| Кількість продажів | 52 |
| Обсяг продажів | 6800\$ |
| Кількість клієнтів | 55 |
| Кількість повторних відвідувань та дій | + |

Завдання 2

Промислове підприємство "Фотон", що створене в 1932 році, займається виробництвом високоточних оптичних приладів. На сьогоднішній момент (2010 р.) в різних офісах компанії знаходиться більше 100 персональних комп'ютерів. У 10 офісах комп'ютери об'єднані в мережу. Програмне забезпечення являє собою розрізнені пакети бухгалтерського, складського та кадрового обліку власної розробки початку 90-х років.

Штат програмістів складається з 10 осіб, постійно зайнятих доопрацюванням і супроводом існуючих програм. Крім того, в кожному представництві є системний адміністратор, що відповідає за функціонування комп'ютерів і встановлених програм.

Проблема в даний момент полягає в тому, що керівництву важко керувати залишками готової продукції на складах, контролювати своєчасне надходження сировини і матеріалів, запроваджувати контроль якості, визначати, на якому з технологічних етапів знаходиться та чи інша партія. Річні збитки (за оцінками аналітиків) через це становлять 800 тис. грн.

У результаті обстеження ринку консультантами були запропоновані наступні варіанти автоматизації:

1. Своїми силами доопрацювати існуючу систему, збільшивши її функціональні можливості і зв'язавши в єдину мережу. Для цього буде потрібно вкласти кошти в удосконалення системи власними програмістами. При цьому, за цю роботу виплатити кожному з них премію в розмірі 50% від заробітної плати.

2. Своїми силами розробити систему, що повністю відповідає потребам фірми. Для цього знадобитися прийняти на роботу фахівця з інформаційних технологій, вкласти кошти в розробку програм, навчити персонал фірми працювати з системою (навчання протягом місяця 3 рази на тиждень по 1 годині) і забезпечити щомісячне обслуговування системи (3 години на місяць).

3. Придбати комплексну систему автоматизації підприємства класу "Галактика". Для цього знадобитися вкласти кошти в купівлю системи, навчити персонал фірми працювати з системою (навчання протягом місяця 3 разів на тиждень по 1,5 години) і забезпечити щомісячне обслуговування системи (6 годин на місяць).

4. Придбати комплексну систему автоматизації підприємства класу SAP R/3. Для цього знадобитися вкласти кошти в купівлю системи, навчити персонал фірми працювати з системою (навчання протягом місяця 2 рази на тиждень по 2 години) і забезпечити щомісячне обслуговування системи (6 години на місяць).

Необхідно визначити обсяг інвестицій по кожному варіанту і прийняти рішення щодо використання найбільш доцільного варіанту. Свій вибір обґрунтувати. Вихідні дані для розрахунку наведені в табл. 7, 8.

Таблиця 7

Системи управління підприємством, представлені на ринку

| 1 | Локальні коробкові системи | Інтегровані системи | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|--|------------------------|------------------------------------|
| | | малі | середні | великі |
| 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Розробки | 1С Парус Компас | Navision Scala Галактика | J.D. Edwards SQL | SAP R/3 Baan Oracle |
| Складність впровадження | Просте, до 1 міс. | Поетапне, 4 міс. і більше | Поетапне, 6-9 міс. | Поетапне, складне, 9-12 міс. |
| Орієнтована вартість ІС, грн. | 2500 | 10 тис. (для вітчизняних), 50 тис. (для західних систем) | 100 тис. | 0,5 млн. |

Таблиця 8

Ціни оплати навчання, інформаційного обслуговування

| Найменування робіт (послуг) | Ціна, грн |
|--|------------------|
| Навчання роботі зі спеціальним пакетом програм | 280 (год./особу) |
| Навчання з виїздом до замовника | 320 (год./особу) |
| Інформаційне і технічне обслуговування | 240 (год.) |
| Розробка програм | 5000 |
| Удосконалення існуючої програми | 2700 |
| Місячна заробітна плата спеціаліста з інформаційних технологій | 3500 |

10.2. Підсумковий контроль студентів

Формою підсумкового контролю студентів з навчальної дисципліни “Основи інформаційної економіки” є залік.

Залік виставляється на основі проведеного поточного та підсумкового модульного контролю, відвідування занять.

Умовою допуску до заліку є позитивні оцінки з поточного та підсумкового модульного контролю знань.

10.3. Критерії оцінок з навчальної дисципліни

Відповіді студентів оцінюються за 12-ти бальною системою відповідно до кваліфікаційних вимог до магістрів напряму підготовки “Виробничо-поліграфічна справа”.

Для оцінки рівня відповідей студентів на теоретичні запитання та вирішення практичних завдань використовуються такі критерії:

оцінка 12 балів ставиться за глибоке засвоєння програмного матеріалу, застосування для відповіді не тільки рекомендованої, а й додаткової літератури та творчого підходу; чітке володіння понятійним апаратом, методами, методиками та інструментами дослідження. Відповіді на питання білету мають бути вірними та повними, оформлення відповіді – акуратним, логічним та послідовним. При виконанні завдання студент застосовує як типовий алгоритм, так і за самостійно розробленим алгоритмом. Висновки до завдань досить аргументовано обґрунтовані.

оцінка 11 балів ставиться за глибоке засвоєння програмного матеріалу та рекомендованої літератури; чітке володіння понятійним апаратом, методами, методиками та інструментами дослідження; вміння використовувати їх для виконання конкретних практичних завдань, розв’язання ситуацій. Практичні завдання виконуються з використанням типового алгоритму, можливе застосування самостійно розробленого алгоритму, робляться аргументовані висновки. При виконанні завдань студент припускається незначних неточностей.

оцінка 10 балів ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та рекомендованої літератури; чітке володіння понятійним апаратом, методами, методиками та інструментами дослідження; вміння використовувати їх для виконання конкретних практичних завдань,

розв'язання ситуацій. Практичні завдання виконуються з використанням типового алгоритму, можливе застосування самостійно розробленого алгоритму, робляться аргументовані висновки. Практичні завдання виконуються в цілому правильно, в повному обсязі як з використанням типового алгоритму з деякими змінами. Припускаються незначні випадкові погрішності, які не надають суттєвого впливу на повноту та змістовність відповіді. Оформлення виконаного завдання має бути охайним;

оцінка 9 балів ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та вміння орієнтуватися в ньому, усвідомлене застосування знань для розв'язання практичних завдань; за умови виконання всіх вимог, які передбачено для оцінки „відмінно”, при наявності незначних арифметичних помилок (тобто методичний підхід до вирішення задачі є правильним, але були допущені неточності у розрахунках певних показників) або не зовсім повних висновків за одержаними результатами вирішення завдання;

оцінка 8 балів ставиться за повне засвоєння програмного матеріалу та вміння орієнтуватися в ньому, усвідомлене застосування знань для розв'язання практичних завдань. Практичні завдання виконуються в цілому правильно з використанням типового алгоритму, але студент припускає окремих несуттєвих помилок (наприклад, методичний підхід до вирішення задачі є вірним, але припущені неточності у розрахунках певних показників, або розмірковуваннях).

оцінка 7 балів ставиться, якщо студент при виконанні практичних завдань студент застосовує основні знання навчального матеріалу, що передбачені навчальною програмою. Практичні завдання виконуються в цілому правильно з використанням типового алгоритму, але студент припускає окремих несуттєвих помилок (наприклад, логічних помилок).

оцінка 6 балів ставиться за недостатнє вміння застосовувати теоретичні знання для розв'язання практичних завдань; за умови, якщо завдання в основному виконане та мета досягнена, а студент при відповіді продемонстрував розуміння основних положень матеріалу навчальної дисципліни. При виконанні практичних завдань без достатнього розуміння студент застосовує навчальний матеріал і припускається значних помилок.

оцінка 5 балів ставиться за часткове вміння застосовувати теоретичні знання для розв'язання практичних завдань; за умови, якщо

завдання частково виконане, а студент при відповіді продемонстрував розуміння основних положень матеріалу навчальної дисципліни;

оцінка 4 бали ставиться у випадках, якщо студент при виконанні практичних завдань без достатнього розуміння застосовує навчальний матеріал, припускається суттєвих помилок, стикається з труднощами при аналізі та порівнянні економічних явищ і процесів;

оцінка 3 бали ставиться студенту за не опанування значної частини програмного матеріалу, який не може правильно виконати практичні завдання, стикається зі значними труднощами при аналізі економічних явищ та процесів;

оцінка 2 бали ставиться студенту, що не опанував програмний матеріал; практичне завдання не виконано, практично відсутній аналіз ситуації і відповідно обґрунтування щодо певного управлінського рішення. Присутня думка на елементарному рівні стосовно розв'язання задач;

оцінка 1 бал ставиться за невиконання завдання загалом.
Кожне завдання оцінюється окремо.

Для підведення підсумків роботи студентів з навчальної дисципліни “Основи інформаційної економіки” виставляється загальна оцінка, яка враховує оцінки з кожного виду контролю.

Підсумкова оцінка з дисципліни згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів Університету в систему оцінювання за шкалою ECTS конвертується в підсумкову оцінку за шкалою ECTS.

Таблиця 9

**Переведення показників успішності знань студентів ХНЕУ
в систему оцінювання за шкалою ECTS**

| Відсоток студентів, які зазвичай успішно досягають відповідної оцінки | Оцінка за шкалою ECTS | | Оцінка за шкалою, що використовується в ХНЕУ | Оцінка за національною шкалою |
|---|--|---|--|-------------------------------|
| 1 | 2 | | 3 | 4 |
| 10 | відмінне виконання | A | 12-11 | відмінно |
| 25 | вище середнього рівня | B | 10 | |
| 30 | взагалі робота правильна, але з певною кількістю помилок | C | 9 – 7 | добре |

Закінчення табл. 9

| 1 | 2 | | 3 | 4 |
|----|--|----|-------|--------------|
| 25 | непогано, але зі значною кількістю недоліків | D | 6 | задовільно |
| 10 | виконання задовольняє мінімальні критерії | E | 5 – 4 | |
| - | потрібне повторне пересладання | FX | 3 | незадовільно |
| - | повторне вивчення дисципліни | F | 2 – 1 | |

11. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

11.1. Основна

1. Законодавство України про інформацію (за станом на 1 березня 1999 р.). — К.: Парламентське вид-во, 1999. – 168 с.
2. Гринберг А. С. Информационный менеджмент: Учеб. пособ. для вузов / А. С. Гринберг, И. А. Король .-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 415 с.
3. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в 21 веке: Учеб. пособие./Пер. С англ. – М.: изд. Дом «Вильямс». 2000. – 272 с.
4. Ивин Л. Н., Куклин В. М. Информационная экономика.- Харьков: изд-во Кроссруд, 2005. – 436 с.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура/Пер. с англ. под ред. О.И. Шкаратана .-М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 60 с.
6. Костров А.В. Основы информационного менеджмента. — М.: Финансы и статистика, 2001. – 165 с.
7. Информационные технологии в бизнесе / Под ред. М. Желены. - СПб.: Питер, 2002. – 1117 с.
8. Пушкарь А. И. Стратегическое управление развитием электронного бизнеса и информационных ресурсов предприятия (модели, стратегии, механизмы): Науч. изд. / А. И. Пушкарь, Е. Н. Грабовский, Е. В. Пономаренко .-Х.: ХНЭУ, 2005. – 478 с.
9. Пушкарь А. И. Тенденции развития информационной экономики и стратегическое развитие предприятий//Економіка розвитку, 2005. - №3. – С. 65 – 69.

10. Степанова Е.Е., Хмелевская Н.В. Информационное обеспечение управленческой деятельности: Учебное пособие. — М.: Инфра-М, Форум, 2002. — 230 с.

11.2. Додаткова

11. Апатова Н. В. Теория информационной экономики / Н.В. Апатова; Тавр. нац. ун-т им. В.И.Вернадского – Симферополь: Бондаренко, 2005 - 336 с.

12. Винарик Л.С., Щедрин А.Н., Васильева Н.Ф. Информационная экономика: становление, развитие, проблемы: сборник научных трудов/Л.С. Винарик, А.Н. Щедрин, Н.Ф. Васильева; Нац. акад. наук Украины, Ин-т экономики пром-ти – Донецк: ИЭП, 2002. - 311 с.

13. Кузнецов М.В. Методология управления в информационном обществе: Системное обозрение – М.: ИНИОН РАН, 2005. – 124 с.

14. Лысенко Ю. Г., Андриенко В. Н., Иванов Н. Н. Информатика и компьютерная техника: Электронная коммерция: Учебное пособие. Книга 5. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2004. – 187 с.

15. Мельник Л.Г. Информационная экономика: Учеб. пособие [для вузов] / Л.Г.Мельник - Сумы: Университетская книга, 2003. – 284 с.

16. Николаев Е. Б. Теория информационной экономики как парадигма экономической теории: пример методологически сомнительного анализа // Экономическая теория, 2008. - № 4. – С. 19 – 30.

17. Пенькова И. В. Особенности информационных структур предприятий // Научные труды Донецкого национального технического университета, 2005. - № 191. – С. 213 – 217.

18. Сапир Ж. Экономика информации: новая парадигма и ее границы // Вопросы экономики, 2005. - №10. – С. 4 – 24.

19. Юзвизин И. И. Информациология или закономерности информационных процессов и технологий в микро- и макромирах Вселенной. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Радио и связь, 1996. – 213 с.

20. IT in Business. A manager's casebook / David Targett, David J. Grimshaw, Philip Powell. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999. – 318 p.

21. Zheng Qin. Introduction to E-commerce. – Beijing: Tsinghua University Press, 2009. – 517 p.

11.3. Ресурси мережі Internet

22. Інтернет-портал для управлінців. URL:
<http://www.management.com.ua/>
23. Сайт вільної енциклопедії Вікіпедія. URL:
<http://ru.wikipedia.org/wiki>
24. Сайт з інформаційного менеджменту. URL:
<http://www.information-management.com/>
25. Центр дистанційного навчання. URL: <http://www.elitarium.ru/>

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| Вступ | 3 |
| 1. Кваліфікаційні вимоги до студентів у галузі менеджменту | 5 |
| 2. Тематичний план дисципліни | 6 |
| 3. Зміст навчальної дисципліни за модулями | 7 |
| 4. Плани лекцій | 10 |
| 5. Плани практичних занять та семінарських занять | 12 |
| 6. Самостійна робота студентів | 14 |
| 7. Контрольні запитання для самодіагностики | 15 |
| 8. Індивідуально-консультативна робота | 17 |
| 9. Методи активізації процесу навчання | 18 |
| 10. Система поточного та підсумкового контролю знань студентів | 20 |
| 10.1. Порядок поточного оцінювання знань студентів | 22 |
| 10.2. Підсумковий контроль студентів | 28 |
| 10.3. Критерії оцінок з навчальної дисципліни | 28 |
| 11. Рекомендована література | 31 |
| 11.1. Основна | 31 |
| 11.2. Додаткова | 32 |
| 11.3. Ресурси мережі Internet | 32 |

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Робоча програма навчальної дисципліни “Основи інформаційної економіки” для студентів спеціальності “Бізнес-адміністрування” усіх форм навчання

Укладачі: **Лепейко Тетяна Іванівна**
Мазоренко Оксана Володимирівна

Відповідальний за випуск **Лепейко Т. І.**

Редактор

Коректор

План 2011 . Поз №

Підп. до друку Формат 60X90 1/16. Папір TATRA. Друк RISO

Ум. друк. арк. 2,25. Обл.- вид. арк. Тираж 50 прим. Зам. №

Свідоцтво про внесення до державного реєстру суб'єктів видавничої справи **Дк №481 від 13.06.2001 р.**

Видавець і виготівник – ХНЕУ, 61001, м. Харків, пр. Леніна, 9а.