

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ І ПРИКЛАДНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

В. Ю. Василенко

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ЩОДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ
«ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ
ТА ПОСЛУГ»**

для студентів ступеня освіти «Бакалавр» денної та заочної форм навчання
спеціальності 029 »Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
освітньої програми «Документознавство та інформаційна діяльність»

Вінниця 2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ І ПРИКЛАДНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

В. Ю. Василенко

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ЩОДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ
«ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ
ТА ПОСЛУГ»**

для студентів ступеня освіти «Бакалавр» денної та заочної форм навчання
спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
освітньої програми «Документознавство та інформаційна діяльність»

Вінниця 2021

УДК 004.77:0049 (075)

*Затверджено на засіданні вченої ради
факультету інформаційних і прикладних технологій
(протокол № 7 від 27 січня 2021 р.)*

Укладач: *В. Ю. Василенко, викладач,*

Рецензенти: *О. М. Анісімова, д-р екон. наук, професор,
О. В. Прігунов, ст. викладач*

Відповідальний за випуск: *О. М. Анісімова, д-р екон. наук, професор,
завідувач кафедри*

Методичні вказівки щодо виконання практичних робіт з дисципліни «Технологія виробництва інформаційних продуктів та послуг» для студентів ступеня освіти «Бакалавр» денної та заочної форм навчання спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» освітньої програми «Документознавство та інформаційна діяльність» / В. Ю. Василенко, Вінниця: ДонНУ імені Василя Стуса, 2020. 14 с.

Наведено питання для практичної роботи, теоретичні та практичні завдання для самостійної роботи, контрольні питання, тести з дисципліни «Технологія виробництва інформаційних продуктів та послуг» для студентів ступеня освіти «Бакалавр» денної та заочної форм навчання спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» освітньої програми «Документознавство та інформаційна діяльність», а також екзаменаційні питання і список рекомендованої літератури.

УДК 004.77:0049 (075)

© В. Ю. Василенко, 2020
© ДонНУ імені Василя Стуса, 2020

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПРАКТИЧНОЇ РОБОТИ	4
Тема 1. Основні поняття маркетингу інформаційних продуктів та послуг	4
Тема 2. Методи дослідження маркетингової інформації	4
Тема 3. Виробнича політика інформаційної фірми	5
Тема 4. Дослідження ринку інформаційних продуктів і послуг	5
Тема 5. Дослідження ринку апаратних засобів	6
Тема 6. Дослідження ринку інформаційних ресурсів і послуг	7
Тема 7. Дослідження ринку Internet-послуг	8
Тема 8. Дослідження ринку маркетингових і консалтингових послуг	9
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	10
Перелік питань для самостійного опрацювання	10
Теми рефератів	10
Наукове есе	11
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	12

РОЗДІЛ 1. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ ПРАКТИЧНОЇ РОБОТИ

ТЕМА 1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ МАРКЕТИНГУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ

Питання для практичної роботи:

1. Особливості інформаційного виробництва.
2. Сутність інформаційного маркетингу.
3. Цілі та функції інформаційного маркетингу.
4. Види інформаційного маркетингу.
5. Об'єкти і суб'єкти інформаційного маркетингу.

Практичне завдання для самостійної роботи:

1. Дати характеристику предмета, суб'єкта та об'єкта інформаційного маркетингу на прикладі конкретного українського підприємства.
2. Зазначити види інформаційного маркетингу, які доцільно використовувати у діяльності обраного підприємства. Обґрунтувати свій вибір.

Контрольні питання:

1. Представити особливості інформаційного виробництва.
2. Визначити сутність та основні характеристики інформаційного маркетингу.
3. Представити та охарактеризувати цілі та функції інформаційного маркетингу.
4. Назвати види, об'єкти і суб'єкт інформаційного маркетингу.

ТЕМА 2. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Питання для практичної роботи:

1. Основні правила і напрями досліджень у маркетингу.
2. Методи і засоби вимірювання в маркетингу.
3. Проблеми достовірності первинної інформації.
4. Організація вибіркового дослідження.

Практичне завдання для самостійної роботи:

1. Використовуючи інформацію журналів «Маркетинг і реклама», «Маркетинг в Україні», газети «Бізнес», інших українських економічних видань та Інтернету, складіть короткий каталог українських центрів і служб, що займаються проведенням маркетингових досліджень, вказавши по можливості їхню повну назву, види робіт, що виконується, та штат інтерв'юерів.
2. Сформулюйте пошукові, описові та експериментальні цілі маркетингових досліджень (2-3 щодо кожного типу) для відомих вам вітчизняних фірм чи зарубіжних фірм, що діють на українському ринку.

Контрольні питання:

1. Представити основні правила і напрями досліджень у маркетингу.
2. Визначити основні методи і засоби вимірювання в маркетингу.
3. Окреслити проблеми достовірності первинної інформації.
4. Представити організацію вибіркового дослідження.

ТЕМА 3. ВИРОБНИЧА ПОЛІТИКА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ФІРМИ**Питання для практичної роботи:**

1. Класифікація інформаційних продуктів та послуг.
2. Життєвий цикл інформаційних продуктів та послуг.
3. Продуктові та технологічні інновації в інформаційній галузі.
4. Маркетинговий підхід у виробничій політиці українських інформаційних фірм.

Практичне завдання для самостійної роботи:

1. Навести конкретні приклади товарів та послуг, які можна отримати через інтернет в Україні.
2. Охарактеризувати основні види інформаційних товарів на українському ринку та підприємства, що їх надають.
3. Охарактеризувати основні види інформаційних послуг на українському ринку та підприємства, що їх надають.
4. Подати характеристику основних етапів типового життєвого циклу товару.

Контрольні питання:

1. Зробити класифікацію інформаційних продуктів та послуг.
2. Визначити особливості життєвого циклу інформаційних продуктів та послуг.
3. Розглянути переваги та недоліки використання продуктових та технологічних інновацій в інформаційній галузі.
4. Розкрити сутність маркетингового підходу у виробничій політиці українських інформаційних фірм.

ТЕМА 4. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ**Питання для практичної роботи:**

1. Інформаційна індустрія та інформаційний ринок.
2. Сегментація ринку інформаційних продуктів та послуг.
3. Принципи сегментації.
4. Методи сегментації.
5. Критерії сегментації.
6. Вибір цільового ринку.

7. Стратегії охоплення цільового сегмента.
8. Український ринок інформаційних продуктів та послуг.

Практичне завдання для самостійної роботи:

1. Охарактеризувати сегменти українського інформаційного ринку. Результати оформити за допомогою таблиці.

Сегмент	Характеристика сегмента

2. Обрати один сегмент з наведеної таблиці і охарактеризувати його за критеріями популярності серед українців та якості послуг; виявити тенденції розвитку цього сегмента ринку; зробити дослідження тенденцій розвитку галузі, до якої належить обраний сегмент ринку.

Контрольні питання:

1. Навести особливості інформаційної індустрії та інформаційного ринку.
2. Представити можливості сегментації ринку інформаційних продуктів та послуг.
3. Визначити принципи, методи, критерії сегментації, а також можливості вибору цільового ринку.
4. Представити переваги та недоліки використання стратегій охоплення цільового сегмента.
5. Розглянути специфіку українського ринку інформаційних продуктів та послуг.

ТЕМА 5. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ АПАРАТНИХ ЗАСОБІВ

Питання для практичної роботи:

1. Тенденції розвитку комп'ютерної індустрії в Україні.
2. Класифікація апаратних засобів.
3. Комп'ютери, мережеве обладнання, сервери, комплектування, материнська плата, процесори, модулі пам'яті, монітори.
4. Світовий ринок ПК.
5. Організація збуту комп'ютерної техніки.
6. Ринок апаратних засобів в Україні. Ціни.

Практичне завдання для самостійної роботи:

1. Скласти рейтинг найпопулярніших інформаційних продуктів та послуг серед українців за останні два роки.
2. Зробити аналіз десяти найпопулярніших сайтів серед українців. Результати досліджень оформити у вигляді таблиці.

Назва сайту	Адреса	Характеристика

3. Охарактеризувати інформаційні продукти та послуги самостійно обраного українського підприємства.

Контрольні питання:

1. Розглянути тенденції розвитку комп'ютерної індустрії в Україні.
2. Представити класифікацію апаратних засобів: комп'ютери, мережеве обладнання, сервери, комплектування, материнська плата, процесори, модулі пам'яті, монітори.
3. Охарактеризувати світовий ринок персональних комп'ютерів..
4. Визначити організацію збуту комп'ютерної техніки.
5. Представити ринок апаратних засобів в Україні.

ТЕМА 6. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ І ПОСЛУГ

Питання для практичної роботи:

1. Формування та особливості ринку інформаційних ресурсів.
2. Виробництво послуг. Установлення та налаштування ПЗ і додаткових пристроїв.
3. Ремонт і модернізація.
4. Комплексне обслуговування техніки і ЛОМ.
5. Особливості ринку інтерактивних послуг. Взаємовідносини між виробниками БД та інтерактивними службами.
6. Взаємовідносини інтерактивних служб з користувачами.
7. Сегментація ринку інтерактивних послуг.
8. Світовий та вітчизняний ринки інтерактивних послуг.
9. Угода про відкриття ринків телекомунікаційних послуг для закордонного капіталу.

Практичне завдання для самостійної роботи:

1. Проаналізувати Закон України «Про інформацію», знайти визначення місцю інформаційної продукції та послуг у системі товарних відносин України.
2. Охарактеризувати склад та види інформаційних підприємств, що представлені на світовому інформаційному ринку.
3. Дати аналіз п'яти найпопулярніших ПК в Україні за продажами (за категоріями: ціна, продуктивність, рейтинг серед покупців, власний рейтинг).

Контрольні питання:

1. Представити загальну характеристику формування та особливості ринку інформаційних ресурсів.
2. Представити характеристику можливостей установлення та налаштування ПЗ і додаткових пристроїв.
3. Охарактеризувати особливості ринку інтерактивних послуг. Представити взаємовідносини між виробниками БД та інтерактивними службами.

4. Представити особливості взаємовідносин інтерактивних служб з користувачами.
5. Представити характерні особливості сегментації ринку інтерактивних послуг.
6. Розглянути світовий та вітчизняний ринки інтерактивних послуг.
7. Проаналізувати зміст Угоди про відкриття ринків телекомунікаційних послуг для закордонного капіталу.

ТЕМА 7. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ INTERNET-ПОСЛУГ

Питання для практичної роботи:

1. Класифікація Internet-послуг.
2. Використання Internet у збутовій діяльності фірми.
3. Використання Internet у маркетинговій діяльності фірми.
4. Послуги Internet-провайдерів.
5. Перспективи розвитку світового ринку Internet-послуг.
6. Ринок Internet-послуг в Україні.
7. Українські пошукові системи.

Практичне завдання для самостійної роботи:

1. Дати оцінку десяти найпопулярнішим інформаційно-пошуковим системам серед українців. Результати оформити у вигляді таблиці.

Критерій	Інформаційно-пошукова система			
	Google.com	Meta.ua	uaport.net	Bigmir.net
Можливості розширеного пошуку				
Повнота видачі (за запитом українською мовою)				
Пошук за датою				
Зручність інтерфейсу				
Зрозумілість				

2. Охарактеризувати ринок Інтернет-послуг в Україні на сьогодні.
3. Наведіть конкретні приклади систем електронної торгівлі в українському інтернет-середовищі та вкажіть принципи їх роботи.

Контрольні питання:

1. Представити класифікацію Internet-послуг.
2. Визначити основні можливості використання Internet у збутовій та маркетинговій діяльності фірми.
3. Охарактеризувати перспективи розвитку світового ринку Internet-послуг.
4. Визначити специфіку використання українських пошукових систем.

ТЕМА 8. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ І КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ

Питання для практичної роботи:

1. Сектор маркетингових послуг. ESOMAR.
2. Український ринок. Українська асоціація маркетингу (УАМ).
3. Сектор консалтингових послуг Бізнес-консалтинг.
4. Засоби маркетингу з консультування.
5. Організація консультаційної роботи. Найбільші консалтингові компанії світу.
6. Консалтинг у США. Консалтинг у Німеччині.
7. Консалтинг в Україні. ІТ-консалтинг.
8. Розвиток світового ІТ-консалтингу.
9. ІТ-консалтинг в Україні.
10. Сектор навчальних послуг.

Практичне завдання для самостійної роботи

1. Визначити завдання фахівців у сфері ІТ-стратегій в Україні.
2. Охарактеризувати види бізнес- та ІТ-консалтингу в Україні.
3. Перерахувати складові послуги ІТ- консалтингу. Результати оформити у вигляді таблиці.

№	Складові послуги ІТ-консалтингу

Контрольні питання:

1. Розглянути особливості сектору маркетингових послуг.
2. Розкрити можливості сектору консалтингових послуг.
3. Охарактеризувати засоби маркетингу з консультування.
4. Представити зарубіжний досвід здійснення консалтингу за кордоном.
5. Охарактеризувати розвиток світового та українського ІТ-консалтингу.
6. Надати характеристику сектору навчальних послуг.

Екзаменаційними питаннями до дисципліни «Технологія виробництва інформаційних продуктів та послуг» є вищенаведені контрольні питання до тем.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Представити схема процесу інформаційного маркетингу.
2. Основні правила інформаційного маркетингу.
3. Особливості застосування ремаркетингу на підприємстві.
4. Типи опитувань.
5. Дельфі-метод як різновид методу експертних оцінок.
6. Основні правила отримання достовірної інформації при маркетингових дослідженнях.
7. Модель життєвого циклу продукції та послуг ІТ у координатах «ринок – продукція».
8. Особливості застосування каскадної моделі життєвого циклу продукту.
9. Процеси трансферу інновацій.
10. Структура інформаційного ринку.
11. Складові інформаційного ринку.
12. Загальна схема сегментації ринку
13. Методи автоматичної класифікації, або кластерного аналізу при сегментації інформаційного ринку.
14. Маркетингові стратегії сегментації.
15. Особливості тестування персонального комп'ютера.
16. Загальна класифікація апаратних засобів на інформаційному ринку.
17. Вертикальна система розподілу (класична схема дистрибуції) товарів на ринку.
18. Схема встановлення ціни інформаційного продукту
19. Особливості сегментування споживачів з великими сподіванням.
20. Світові лідери на українському консультаційному ринку.

ТЕМИ РЕФЕРАТІВ

1. Маркетинговий підхід у виробничій політиці українських інформаційних фірм.
2. Розподільна та рекламно-збутова діяльність в інформаційній галузі України.
 1. Розподільна та збутова діяльність на інформаційному ринку Європи.
 2. Інформаційний консалтинг як вид консультаційної діяльності.
 3. Використання Internet у маркетинговій діяльності фірми.
 4. Оцінювання праці в інформаційній галузі.
 5. Основні види ринкового ціноутворення і типи ринків.
 6. Ціноутворення на ринку маркетингових послуг.
 7. Правовий захист програмних продуктів.

8. Ціноутворення на ринку інформаційних ресурсів і послуг.

НАУКОВЕ ЕСЕ

Суть наукового есе – обґрунтування певної позиції чи ідеї за допомогою фактів із надійних джерел та думок експертів, створення дискурсу на ту чи іншу тему

Вимоги до написання:

1. Чітка структура. Есе повинно мати чітку структуру. Це стосується як поділу тексту на вступ, основну частину та висновок, так і структури абзацу та речення.

План:

+ вступ (формування теми, визначення її актуальності, структура побудови теми, перехід до основного судження);

+ основна частина (формування суджень і аргументів, які висуває автор (2-3 шт.). Докази, факти, приклади, на підтримку авторської позиції;

+ висновок.

2. Обґрунтування тези. Кожне есе повинне мати тезу (thesis statement) – чітко сформульовану і дискусійну основну думку, а кожна ідея та факт наведений у есе повинен відповідно обґрунтовувати цю тезу.

3. Розмір: від 2 до 5 сторінок формату А4.

4. Оформлення:

+ шрифт Times New Roman, розмір 14 пунктів, 1,5 інтервал, формат А4, береги: лівий – 30 мм, верхній і нижній – 20 мм, правий – 10 мм;

+ унікальність тексту есе – мінімум 80 %;

+ при використанні джерел, обов'язкове посилання на них (оформлення за ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»).

Теми есе:

1. Цифрова грамотність як необхідна умова розвитку суспільства.
2. Використання методу опитування як можливість задоволення інформаційних потреб споживача.
3. Проблеми отримання первинної інформації та можливі шляхи їх вирішення.
4. Динамічність складу ІПП: причини та наслідки.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. Бараш Л., Ягофаров Т. Серверы сегодняшнего дня. *КО*. 2014. № 42. С. 22–27.
2. Грабовецкая Н. С. Особенности информационного товара как предмета маркетингового исследования. *Інформація і ринок*. № 2, 3.
3. Єжова Л. Ф. Алгоритмізація і програмування процедур обробки інформації: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. К.: КНЕУ, 2013. 152 с.
4. Єжова Л. Ф. Деякі психологічні аспекти проблеми впровадження інформаційних технологій : тези доповідей II міжнар. наук.-практ. конф. «Впровадження інформаційних технологій в економіці та бізнесі». Ірпінь, 4–5 трав. 2016 р. С. 217–220.
5. Зубинский А. Технология информационных коллекторов. *КО*. 2000. № 46.
6. Кирилишен Я. В. Технологія виробництва інформаційних продуктів та послуг: конспект лекцій. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2018. 142 с.
7. Кург В. Тестирование – кому и зачем это нужно? *КО*. 2015. № 42.

Додаткова література

1. Монахова Е., Важнов А. Моделирование бизнеса – наука или искусство. *PC Week/RE 98*. <http://kis.pcweek.ru/kis/win/mana/bis1.html>.
2. Палеха Ю.І., Горбань Ю.І. Інформаційний бізнес: підручник. Київ : Ліра-К, 2015. 492 с.
3. Плющ С. Что ценят дилеры в дистрибьюторе? *Компьютерное обозрение*. 2014. № 46. С. 22, 23.
4. Поздняков В. Рынок жестких дисков 2000. Прогноз *КО*. 2017. № 47.
5. Поздняков В. Серверы: как их продают в Украине *КО*. 2015. № 42.
6. Поздняков В. Vox moving: как это работает *КО*. 2016. № 46.
7. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ. Дата оновлення: 16.07.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>. (дата звернення: 21.08.2020).
8. Пульчук С. Как отразится на рынке Internet создание ассоциации провайдеров? *КО*. 2015. № 25.
9. Сидоренко Ю. Рождественские каникулы с iBook. *КО*. 2015. № 1–2.
10. Уткин Е. ИТ-рынок Украины в этом году вырастет на 40–50 %. *КО*. 2017. № 4.
11. Шляков В.Ю. Тенденції і проблеми розвитку маркетингових послуг України. *Маркетинг в Україні*. 2017. № 1. С. 21, 22.
12. Шляков В. Ю. Украинская Ассоциация Маркетинга – новый субъект маркетинговой деятельности в Украине. *МиР*. № 5, 6 С. 4–6.

13. Ягофаров Т. «Формула-21»: професіоналы мира мониторов. *КО*. 2016. № 23.С. 16–23.

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Вірусний маркетинг (Viral marketing). Теорія і практика. URL: <https://seo-fight.blogspot.com/2011/01/viral-marketing.html>. (дата звернення: 21.08.2020).

2. Інформаційні агентства як суб'єкти інформаційної діяльності. URL: <https://minjust.gov.ua/dep/ddr/informatsiyni-agentstva-yak-subekti-informatsiynoi-diyalnosti>. (дата звернення: 21.08.2020).

3. Сучасні технології проектування програмного забезпечення. URL: <https://sites.google.com/site/osnoviprogramnoieinzeneriie/leksiie/leksiia-6>. (дата звернення: 21.08.2020).