

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства
та природокористування

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

Кафедра державного управління, документознавства
та інформаційної діяльності

06-14-43

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання практичних завдань

з навчальної дисципліни **«Організація та управління діяльністю інформаційних установ»** для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Управління інформаційними комунікаціями» спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» денної форми навчання

Рекомендовано радою з
якості ННІЕМ
протокол № 4
від «08» квітня 2020 р.

Рівне – 2020

Методичні вказівки до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Організація та управління діяльністю інформаційних установ» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Управління інформаційними комунікаціями» спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» денної форми навчання [Електронне видання] / Дробко Е. В. – Рівне : НУВГП, 2020. – 30 с.

Укладач: Дробко Е. В., кандидат наук з державного управління, доцент кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

Схвалено на засіданні кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

Протокол № 8 від «7» квітня 2020 р.

Відповідальний за випуск: Сазонець І. Л., д.е.н., професор, завідувач кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

Керівник групи забезпечення,
к.і.н., доцент

Цецик Я. П.

© Дробко Е. В., 2020
© НУВГП, 2020

ЗМІСТ

1.	Вимоги до проведення практичних занять з дисципліни «Організація та управління діяльністю інформаційних установ»	4
2.	Тематика практичних занять	5
	Практичне заняття № 1. Основи організації та управління інформаційними установами.	5
	Практичне заняття № 2. Організаційні процеси в системі діяльності інформаційної установи.	7
	Практичне заняття № 3. Роль і місце планування в управлінні.	12
	Практичне заняття № 4. Розвиток інформаційного виробництва та правове забезпечення суб'єктів інформаційної діяльності в Україні.	15
	Практичне заняття № 5. Центри науково-інформаційної діяльності та їх бібліографічна продукція.	16
	Практичне заняття № 6. Ринок інформаційних продуктів і послуг.	16
	Практичне заняття № 7. Виробнича політика інформаційних установ.	17
	Практичне заняття № 8. Ціноутворення в інформаційній галузі.	19
	Практичне заняття № 9. Формування кадрового складу інформаційної установи	21
	Практичне заняття № 10. Діяльність керівника в інформаційній установі.	22
3.	Методи навчання	28
4.	Оцінювання знань студентів	28
5.	Рекомендована література	29

1. ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ТА УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ІНФОРМАЦІЙНИХ УСТАНОВ»

Практичні заняття із дисципліни «Організація та управління діяльністю інформаційних установ» розраховані на студентів, які навчаються за освітньо-кваліфікаційними програмами підготовки бакалаврів.

Мета курсу «Організація та управління діяльністю інформаційних установ»: ознайомлення студентів з теоретичними, методологічними та практичними питаннями управління та організації діяльності інформаційних установ, тенденціями розвитку інформаційного ринку та місце на ньому інформаційних установ різного типу.

Основними *завданнями* навчальної дисципліни є:

- розкрити основи організації та управління інформаційними установами, класифікувати інформаційні центри;
- проаналізувати основи процесу управління інформаційними установами, визначити їх цілі, функції, структуру, стилі та методи управління;
- розкрити специфіку організації діяльності в інформаційній установі, з'ясувати організаційні форми інформаційної діяльності;
- дослідити законодавство України щодо діяльності інформаційних установ, а також систему правового регулювання ринку інформаційних товарів і послуг;
- узагальнити практику центрів науково-інформаційної діяльності колишнього СРСР, а також українських центрів науково-технічної інформації з часів Радянського Союзу і до тепер;
- розкрити особливості конкурентної боротьби на інформаційному ринку;
- з'ясувати особливості виробничої політики інформаційних установ, а також процесу ціноутворення в інформаційній галузі;
- проаналізувати діяльність колективу в структурі інформаційної установи, з'ясувати характерні особливості конфліктів та можливі стилі їх врегулювання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- нормативно-правові акти, які регулюють діяльність інформаційних установ в Україні;
- основи організації та управління інформаційними установами,

- загальні характеристики та класифікацію інформаційних установ;
- основи процесу управління інформаційною установою;
- специфіку організації діяльності в інформаційній установі, організаційні форми інформаційної діяльності, організаційні повноваження;
- українську національну систему науково-технічної інформації та її особливості;
- особливості конкурентної боротьби на інформаційному ринку та особливості виробничої політики інформаційних установ, а також процесу ціноутворення в інформаційній галузі;
- характерні особливості конфліктів та можливі стилі їх врегулювання в структурі інформаційної установи;

вміти:

- застосовувати на практиці нормативно-правові акти, які регулюють діяльність інформаційних установ;
- характеризувати та аналізувати діяльність різних видів інформаційних установ;
- розробляти елементи стратегії розвитку інформаційної установи, а також конкурентної боротьби на ринку надання інформаційних послуг.

володіти: законодавством України щодо діяльності інформаційних установ; основами організації та управління інформаційними установами; прийомами і методами вирішення конфліктних ситуацій в трудовому колективі; сучасними інформаційними технологіями; прийомами і методами конкурентної боротьби на інформаційному ринку.

2. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

Основи організації та управління інформаційними установами

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 1

Тема: Основи організації та управління інформаційними установами

Мета: ознайомити студентів з основними положеннями закону про інформацію, про діяльність інформаційних установ, їх класифікацію та продукцію, яку вони виробляють.

Норма часу (за навчальною програмою): 4 год.

Питання для обговорення:

1. Загальна характеристика інформаційних установ.
2. Класифікація інформаційних установ.
3. Виробники інформаційних товарів і послуг (інформаційні установи).
4. Перспективи інформаційної діяльності в Україні.

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

Основні поняття та терміни:

Інформаційний центр (установа) – це самостійна організація або підрозділ організації, яка займається збором, обробкою, обліком та розповсюдженням інформації.

Інформаційний центр, в діяльності якого переважає обробка інформації, називається **інформаційно-аналітичним центром**.

Інформаційними агентствами є такі інформаційні центри, головним завданням яких являється розповсюдження інформації.

Інформаційна продукція - кінцевий результат інформаційно-бібліотечної діяльності, спрямований на задоволення інформаційних потреб користувачів і представлений у вигляді інформаційних продуктів та інформаційних послуг

Інформаційний продукт - кінцевий результат інформаційно-бібліотечної діяльності, закріплений на матеріальному носії, що уможливорює його багаторазове використання з метою задоволення інформаційних потреб користувачів

Інформаційна послуга - корисний кінцевий результат інформаційно-бібліотечної діяльності, представлений в нематеріальній формі, спрямований на задоволення інформаційних потреб користувачів, досить часто також і шляхом надання інформаційних продуктів.

Інформаційне суспільство – суспільство, в котрому найважливішим видом діяльності є продукування та споживання інформації, а сама інформація вважається найбільш значимим ресурсом, що формує відносини між людьми у процесі діяльності.

Практичне завдання 1.1.

Підготуйте презентацію, доповідь про загальні характеристики інформаційної установи (ресурси, залежність від навколишнього

середовища, горизонтальний поділ праці, підрозділи, вертикальний поділ праці, система управління, життєвий цикл).

Практичне завдання 1.2.

Підготуйте презентацію, доповідь про вісім критеріїв, котрі характерні саме для інформаційної установи (Асоціація інформаційної індустрії США, початок 80-х років 20 століття).

Практичне завдання 1.3.

Підготуйте презентації, доповіді про інформаційні центри, наявність в них оперативних відділів, які орієнтовані на збір інформації. Оперативні відділи СБУ, МВС України, МО України, РНБО при Президентові України, політичні партії, PR організації та ін.

Практичне завдання 1.4.

Підготуйте презентації, доповіді про інформаційно-аналітичні центри (Центр комп'ютеризованих інформаційних систем Секретаріату Верховної Ради України, інформаційно-аналітичний центр Міністерства фінансів України, Національний інститут стратегічних досліджень (НІСД), Державне інформаційне агентство України (ДІНАУ) та ін.

Практичне завдання 1.5.

Підготуйте презентацію, доповідь про перспективи інформаційної діяльності в Україні.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 2

Тема: *Організаційні процеси в системі діяльності інформаційної установи.*

Мета: *виявити специфічні особливості діяльності інформаційних установ, дати характеристику одній з установ.*

Норма часу (за навчальною програмою): 4 год.

Питання для обговорення:

1. Специфіка організації діяльності в інформаційній установі.
2. Організаційні форми інформаційної діяльності.

3. Роль організацій системи науково-технічної інформації (далі НТІ) у розвитку інноваційних процесів.

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

1. Основні поняття та терміни:

Організація як процес є функцією, суть якої полягає в систематичній координації багатьох завдань і формальних взаємовідносин людей, які їх виконують.

Власне організація діяльності представляє собою спосіб функціонування структурних елементів будь-якої системи (установи, партії, держави тощо).

Завдання організації діяльності можна розглядати в двох аспектах:

- як формування організаційної структури (поділ установи на підрозділи) відповідно до цілей і стратегії;
- як встановлення взаємовідносин між членами установи в межах її структури; взаємовідносин повноважень вищих і нижчих рівнів управління і забезпечення можливості розподілу та координації завдань.

Практичним результатом організації діяльності в інформаційні установі є:

- затвердження структури виробництва інформаційних послуг;
- структура органів управління;
- встановлення взаємозв'язків між підрозділами;
- регламентація функцій, робіт та операцій, формулювання прав й обов'язків керівника та працівників;
- затвердження положень, інструкцій;
- підбір кадрів, формування штату працівників;
- досягнення цілей установи та отримання прибутку.

2. Організаційні форми інформаційної діяльності

Види установ інформаційного бізнесу за типовою класифікацією

Класифікаційна ознака	Вид установи (фірми)
1. Мета і характер діяльності	Комерційні Некомерційні

2. Форма власності майна	Приватні: — з правом найму — індивідуальні — сімейні Колективні Комунальні Державні
3. Національна належність капіталу	Національні Іноземні Змішані (спільні)
4. Правовий статус і форма господарювання	Одноосібні Кооперативні Орендні Господарські товариства: повні — з обмеженою відповідальністю — з додатковою відповідальністю — командитні — акціонерні: відкритого типу закритого типу
5. Галузево-функціональний вид діяльності	Виробничі Торговельні Виробничо-торговельні Торгово-посередницькі Інноваційно-впроваджувальні Лізингові Страхові Наукові Інші
6. Технологічна (територіальна) цілісність і ступінь підпорядкування	Головні (материнські) Дочірні Асоційовані Філії

7. Розмір за кількістю працівників	Великі (надвеликі) Середні Малі (дрібні) Мікроустанови
------------------------------------	---

3. Роль організацій системи НТІ у розвитку інноваційних процесів

На сьогодні система НТІ зорієнтована на випуск таких конкурентоспроможних видів продукції та послуг, як :

- проведення маркетингових досліджень ринків інноваційних технологій;
- надання консалтингових послуг з підготовки інноваційних проєктів;
- проведення моніторингу процесів впровадження інноваційних технологій;
- організація курсів з підготовки та перепідготовки фахівців по впровадженню інновацій;
- видання інформаційно-аналітичних вісників, довідково-методичних посібників, інформаційних бюлетенів;
- організація постійно діючих, спеціалізованих і міжнародних виставок зразків інноваційної продукції та послуг, науково-технологічних вітчизняних інноваційних розробок, які максимально наближені до стадії впровадження у виробництво;
- проведення рекламно-інформаційних презентацій та підготовка і видання рекламних проспектів.

Унікальними і дуже корисними для супроводження інноваційних процесів можуть стати наступні інформаційні бази даних, створені в УкрІНТЕІ:

- інтегрована система баз даних науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) і дисертацій;
- "Наукові організації: пропозиції";
- "Науково-технічні досягнення і розробки";
- "Технології України";
- "Винаходи України".

Для створення сприятливих умов щодо використання винаходів та інноваційних технологій на їхній основі, УкрІНТЕІ може прийняти на себе функції координатора інформаційно-аналітичних робіт щодо впровадження інновацій та прогнозування їхніх соціально-економічних наслідків по Україні в цілому.

Є також досвід для проведення наступних робіт:

- робота з організаціями та конкретними винахідниками з метою як інформаційно-правового забезпечення створення нових винаходів, так і оцінки вже створених для визначення перспектив їхньої комерціалізації та виявлення перспективних винаходів;
- постійне оновлення та поповнення бази даних перспективних винаходів та технологій;
- розробка методик оцінки техніко-економічної ефективності винаходів;
- організація заходів з пошуків винахідництва та пропагування і рекламування перспективних розробок (семінари, «круглі столи», виставки тощо);
- забезпечення органів влади та управління всією необхідною інформацією для прийняття виважених та обґрунтованих рішень з фінансування тих чи інших розробок, доцільності придбання ліцензій, доцільності вкладання грошей в той чи інший бізнес тощо.

У відповідності з визначеними складовими національної системи НТІ потрібно створювати національні і комерційні бази даних (далі БД). Національні БД забезпечують інформаційну незалежність України і мають відповідати загальнодержавним інтересам. Необхідність формування комерційних БД зумовлена процесом ринкових відносин.

Національні БД мають формуватися за рахунок бюджетних коштів та використовуватися в масштабі країни будь-якими споживачами інформації на безоплатній чи комерційній засадах. Це такі БД: про результати науково-технічної діяльності, дисертацій, креслярсько-конструкторська документація тощо, вітчизняних та зарубіжних стандартів, промислових каталогів, рефератів першоджерел, науково-технічного потенціалу України, пріоритетних напрямів розвитку науки й техніки, патентної інформації тощо. Ці БД покликані захистити інформаційний суверенітет України.

Комерційні БД створюються з метою задоволення попиту на інформаційну продукцію та послуги на інформаційному ринку. Вони формуються за рахунок коштів комерційної організації чи замовника і можуть продаватися повністю або частково користувачу інформації. До них належать, наприклад, БД про твори, послуги та їх виробників, наявність і номенклатуру продукції, їх характеристики, інформація про фірми, ціни, рівень продажу, рекламу тощо.

Автоматизовані системи НТІ (далі АСНТІ), які забезпечують генерування баз та банків даних, надання абонентам прямого доступу до інформаційного ресурсу цього виду, обчислювальні мережі різного рівня та потужності для потреб інформаційного обслуговування, зосереджені на сьогодні насамперед у державному секторі.

Практичне завдання 2.1.

Підготуйте презентацію, доповідь про наукові організації, які діють в м. Рівне.

Практичне завдання 2.2.

Підготуйте презентацію, доповідь про одну з наукових організацій м. Рівне.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 3

Тема: *Роль і місце планування в управлінні.*

Мета: ознайомити студентів з необхідністю складання планів робіт у будь-якій організації, незалежно від їх діяльності, оскільки від продуманого календарного плану залежить ефективність подальшої роботи.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

Питання для обговорення:

1. Об'єкти і предмет планування на підприємстві.
2. Організація планування на підприємстві. Структура планових органів.

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

Основні поняття та терміни:

Планування – це процес визначення цілей і завдань підприємства на певну перспективу та вибір оптимального шляху їх досягнення й ресурсного забезпечення.

Результатом процесу планування є план, який завдяки використанню певних ресурсів та виконанню певних дій повинен забезпечити досягнення бажаної мети.

План – це система взаємозалежних, об'єднаних загальною метою завдань, що забезпечують реалізацію цілей виробничої системи.

Планування об'єднує структурні підрозділи підприємства спільною метою, надає всім процесам односпрямованості й

скоординованості, що дозволяє найбільш повно й ефективно використовувати наявні ресурси, комплексно, якісно та своєчасно розв'язувати різноманітні завдання управління.

Застосування планування створює такі важливі *переваги*:

- дає можливість передбачити різні майбутні ситуації та заздалегідь підготувати альтернативні варіанти плану розвитку підприємства;

- поліпшує координацію дій в організації;

- сприяє більш раціональному розподілу ресурсів;

- чітко розмежовує обов'язки та відповідальність працівників підприємства за виконання планових завдань;

- поліпшує контроль в організації та ін.

Об'єктами планування на підприємстві є всі напрями його діяльності: маркетингова, інноваційна, комерційна, економічна, соціальна, виробнича, інформаційна.

Та чи інша діяльність підприємства може бути представлена як сукупність окремих функціональних процесів, кожен з яких також є об'єктом планування.

Предметом планування на підприємстві є його ресурси. У процесі планування встановлюються їх необхідність, оптимальна кількість, напрями та термін використання, режим споживання, засоби поповнення.

При плануванні розглядають такі групи ресурсів: персонал, виробничі фонди, інвестиції, інформацію, час.

Основні напрями планування персоналу на підприємстві: чисельність та структура, продуктивність праці (виробіток та трудомісткість), оплата праці, норми часу та виробітку, підготовка, перепідготовка кадрів, підвищення кваліфікації, стабільність кадрового складу, ефективність стимулювання.

При **плануванні виробничих фондів** виокремлюють **основні й оборотні фонди**. При плануванні основних виробничих фондів визначаються їх оптимальна величина, склад та структура, плануються заходи для підвищення інтенсивного й екстенсивного використання фондів, фондодіддача та фондомісткість; заходи щодо капітального ремонту і модернізації, виробнича потужність підприємства в цілому та окремих підрозділів, введення в дію нових виробничих потужностей, режими роботи та ремонту обладнання та ін.

При плануванні оборотних фондів визначаються номенклатура та величина запасів матеріально-технічних ресурсів, запасів незавершеного виробництва, напівфабрикатів власного виробництва, норми витрат товарно-матеріальних цінностей на виготовлення виробів та їх окремих елементів, ефективність використання матеріальних ресурсів, потреба в оборотних коштах та джерелах їх надходження.

Планування інвестицій передбачає визначення майбутніх обсягів та напрямів інвестування власних коштів. Залежно від характеру цінностей предметом планування є такі види інвестицій:

- реальні – довгострокові вкладення коштів у матеріальне виробництво;
- фінансові – придбання цінних паперів та майнових прав;
- інтелектуальні, що передбачають вкладення коштів у персонал (підготовку спеціалістів, придбання ліцензій, ноу-хау, наукові розробки).

Наявність інформаційних ресурсів є необхідною умовою ефективної діяльності підприємства. В умовах швидкої рухливості зовнішнього середовища особливе значення приділяють інформаційним технологіям. У планах передбачаються джерела та засоби отримання інформації, засоби обробки інформації, інформаційні потоки.

Планування будь-яких заходів пов'язане з визначенням часу на їх виконання, дати початку та закінчення. Також час як ресурс наявний при прийнятті будь-яких планових рішень. Час може розглядатися як мета та обмеження. Фактор часу наявний у всіх показниках, що характеризують діяльність підприємства.

Наявність предмета і об'єкта планування на підприємстві дозволяє сформувати систему показників планування. При формуванні конкретного показника беруть участь процес, підрозділ та комбінація ресурсів.

Інформаційна база планування – це сукупність систематизованих за певними ознаками даних, які використовуються для розроблення планів на різних рівнях управління підприємством. До них належать показники, ліміти, економічні нормативи, відображені у формі, придатній для передачі й обробки за допомогою різних арифметичних та логічних операцій і які складають систему техніко-економічної інформації.

Існують різні типи планів, вони по-різному оформляються, дуже часто організація самостійно розробляє бланк плану та самостійно формує основні розділи, в залежності від специфіки діяльності інформаційної організації.

Практичне завдання 3.1.

Підготуйте презентацію, доповідь про функцію планування в системі управління підприємством, яка є однією з головних, центральних функцій, що визначає кінцеві результати виробничо-збутової, економічної, фінансової й інвестиційної діяльності.

Практичне завдання 3.2.

Підготуйте презентацію, доповідь про основні чинники зростаючої ролі планування в умовах сучасного ринкового господарства.

Практичне завдання 3.3.

Підготуйте презентацію, доповідь про переваги застосування планування в умовах сучасного ринкового господарства.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 4

Тема: *Розвиток інформаційного виробництва та правове забезпечення суб'єктів інформаційної діяльності в Україні.*

Мета: навчити створювати інформаційний продукт та розрахувати норму часу, яка затрачається на його виробництво. Проаналізувати правове забезпечення інформаційної діяльності

Норма часу (за навчальною програмою): 4 год.

Питання для обговорення:

1. Поняття інформаційного виробництва.
2. Галузеві норми часу.
3. Законодавство про інформаційні установи.
4. Правове регулювання ринку інформаційних товарів і послуг.

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

Основні поняття та терміни:

Інформаційне виробництво – процес дії людини на інформацію (предмет праці) з допомогою засобів (знарядь) праці з метою отримання нової інформації (продукту праці), необхідної для

створення матеріальних, духовних та інших цінностей, що забезпечують існування та розвиток людини і суспільства.

Суть *правового забезпечення суб'єктів інформаційної діяльності* передбачає формування відповідного масиву знань, що дозволяв би даному суб'єкту (юридичній чи фізичній особі, установі тощо) ефективно функціонувати й розвиватися в межах певної соціального середовища.

Практичне завдання 4.1

Детально проаналізуйте один із законів, який регулює процес інформаційної діяльності.

Практичне завдання 4.2

Дайте відповіді на такі запитання:

1. Які Ви знаєте основні елементи інформаційного виробництва? Поняття інформаційного виробництва та його фундаментальні положення.
2. Сформулюйте основні ознаки виробничої системи інформаційної установи.
3. Які особливості процесу праці в інформаційній установі?
4. Охарактеризуйте поняття інформаційного виробництва та його фундаментальні положення.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 5

Тема: *Центри науково-інформаційної діяльності та їх бібліографічна продукція.*

Мета: Охарактеризувати центри науково-інформаційної діяльності та їх бібліографічну продукцію.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

Питання для обговорення:

1. Центри колишнього всесоюзного рівня
2. Національна система НТІ
3. Універсальні наукові бібліотеки України

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

Специфіка товарів і послуг як результат діяльності інформаційних

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 6

Тема: *Ринок інформаційних продуктів і послуг.*

Мета: навчити студентів доповідати перед аудиторією, відстоювати свою точку зору, захищати результати науково-дослідної роботи.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

Питання для обговорення:

1. Інформаційна індустрія та структура інформаційного ринку.
2. Членування ринку інформаційних продуктів і послуг.

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

Основні поняття та терміни:

Сьогодні поняття інформаційного ринку ще не є визначеним повністю, тому подаємо дефініцію, що є в Законі України «Про науково-технічну інформацію».

Інформаційний ринок – сукупність правових, економічних та організаційних відносин з приводу продажу та купівлі інформаційних ресурсів, технологій, продукції та послуг.

Фахівці у сфері інформаційного бізнесу пропонують наступне визначення.

Інформаційний ринок – сфера товарного обміну, де виникають і реалізуються відносини, пов'язані з процесом купівлі-продажу, і має місце конкретна діяльність з організації руху інформаційних продуктів та послуг від виробників до споживачів. Цей ринок є суспільним механізмом купівлі-продажу інформації, продуктів інтелектуальної власності та відповідної послуги.

Сектор ринку — це сукупність однотипних, схожих товарів, визначений обсяг товарної маси, оцінений у вартісних або натуральних одиницях. Тобто поділ здійснюється за об'єктами купівлі-продажу.

Сегмент ринку — це сукупність споживачів, що демонструють схожі потреби та мають близьку або однакову поведінку.

Практичне завдання 6.1

Підготуйте доповідь про місце інформаційної продукції та послуг у системі товарних відносин.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 7

Тема: *Виробнича політика інформаційних установ.*

Мета: проаналізувати правове забезпечення інформаційної діяльності.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

Питання для обговорення:

1. Статус інформації
2. Інформаційні ресурси

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

Основні поняття та терміни:

У нашій державі немає чітко визначеного статусу інформації. На перший погляд, можна виділити інформацію чотирьох статусів:

- інформація, доступна будь-якому громадянину країни, приховування якої неприпустиме;
- комерційна інформація, котра може стати об'єктом купівлі-продажу на умовах, висунутих власником;
- приватна інформація про громадян країни чи установи, котра зачіпає їх інтереси, розповсюдження якої можливе тільки за їхньою згодою;
- інформація, що з тих чи інших причин стала таємною, її розповсюдження можливе лише з дозволу органів, уповноважених контролювати питання, пов'язані з такою інформацією.

При визначеному статусі інформація також поділяється на види, що чітко наведені в Законі України «Про інформацію»: статистична, адміністративна, масова, про діяльність державних органів влади та органів місцевого і регіонального самоврядування, правова, про особу, довідково-енциклопедичного характеру, соціологічна.

За галузями використання інформація може також поділятися на: політичну, економічну, духовну, науково-технічну, соціальну, екологічну, міжнародну.

Інформаційний ресурс – увесь обсяг знань, що відчужений від їхніх творців, зафіксований на матеріальних носіях і призначений для суспільного використання. Українське законодавство визначає, що до інформаційних ресурсів нашої держави входить уся належна їй інформація, незалежно від змісту, форми, часу і місця створення (ст. 54 Закону України «Про інформацію»).

Практичне завдання 7.1

Дати аналіз інформаційному продукту (рекламі, логотипу, інформації на банерах тощо).

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 8

Тема: *Ціноутворення в інформаційній галузі.*

Мета: виокремити специфіку ціноутворення на інформаційному ринку.

Норма часу (за навчальною програмою): 2 год.

Питання для обговорення:

1. Особливості ціноутворення на інформаційному ринку.
2. Вартість інформації.

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

Основні поняття та терміни:

Ціни на інформаційні послуги та продукти розраховуються так само, як і на інші товари. Насамперед береться до уваги витрати на виробництво залежно від співвідношення попиту і пропозиції та ціни на аналогічні продукти чи послуги інших виробників (якщо є). На інформаційному ринку також практикується система знижок, пільгових цін для деяких категорій споживачів.

У випадку, коли частка ринку стабільна, ціни на інформаційні продукти встановлюються за витратним принципом з урахуванням співвідношення попиту та пропозиції (виграє виробник). Якщо конкурентна боротьба за частку ринку тільки розгортається, доцільно використовувати нижчі ціни, тобто конкурентне ціноутворення (виграє споживач). Рівень оплати інформаційних продуктів та послуг також залежить від обсягу наданої інформації, участі держави у фінансуванні та політики цін на інформаційному ринку.

На ціни впливають не тільки собівартість послуг, доступність, форма власності інформаційних центрів і методи фінансування діяльності. Окремі інформаційні органи розробили свої преїскуранти і відповідно їх актуалізують, що в умовах господарської трансформації є необхідним.

Ціна інформації – вартість її придбання в інформаційній установі. Верхня межа вартості інформації – це розмір економії, отриманої від її застосування, але її не завжди просто визначити. Відповідно,

неможливо чітко оцінити інформацію, котру продаєш чи купуєш. Крім того, вартість інформації як послуги чи продукту залежить не тільки від витрат на її виробництво.

Оскільки наша вітчизняна економіка переходить на ринкові відносини, тому буде доцільним застосування українськими інформаційними установами тієї цінової політики на свої послуги та продукти, що прийняті у високорозвинених країнах. На Заході використовують шість основних видів цін на інформаційні товари та послуги:

- *ціна «зняття вершків»* на ринку використовується в основному провідними інформаційними установами для залучення споживачів, готових заплатити високу ціну за даний товар (ураховується ступінь новизни товару);
- *ціна імміграції товару* на ринку (нижча ніж у конкурентів);
- *ціна психологічного впливу* на споживача (зниження ціни проти круглої суми);
- *ціна лідера на ринку* або в галузі (вища або на рівні ціни головного конкурента);
- *ціна з відшкодуванням витрат* виробництва (з урахуванням фактичних витрат виробництва і середньої норми прибутку);
- *престижна ціна* (з урахуванням високої якості та особливих властивостей).

Практичне завдання 8.1

Проаналізувати ціни на інформаційні товари і послуги.

Практичне завдання 8.2

Дайте відповіді на запитання:

1. Які особливості ціноутворення на українському інформаційному ринку?
2. Проблема обчислення інформації.
3. Які Ви знаєте види цін на інформаційні товари і послуги?

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 9

Тема: *Формування кадрового складу інформаційної установи.*

Мета: навчити студентів аналізувати резюме, на основі якого приймають на роботу. Створити імпровізовану співбесіду щодо прийому на роботу.

Норма часу (за навчальною програмою): 4 год.

Питання для обговорення:

1. Процес планування персоналу.
2. Методи пошуку кандидатів.
3. Анкетування, співбесіда, прийом на роботу працівника.
4. Звільнення працівників.

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

Основні поняття та терміни:

Коли керівник буде приділяти належну увагу плануванню персоналу своєї інформаційної установи, у нього не буде проблем із талановитими і креативними працівниками. Усі розуміють, що відсутність таких працівників неминуче тягне за собою значні втрати, інколи навіть крах установи.

Підбір кадрів доцільно проводити з урахуванням можливих механізмів мотивації їхньої роботи та перспектив навчання (підвищення кваліфікації) персоналу. У зв'язку із зростанням швидкості старіння інформації на сучасному етапі схильність до постійного підвищення своєї кваліфікації стає важливим критерієм підбору фахівців у інформаційній сфері.

Інколи для того, щоб полегшити процес підбору кандидатів, багато інформаційних установ створюють документи, які характеризують працівника для успішної роботи на даній посаді – кваліфікаційні карти та карти компетенції.

Кваліфікаційна карта готується спільно керівником установи чи підрозділу та спеціалістом по людських ресурсах на основі посадової інструкції і є набором кваліфікаційних характеристик (загальна та спеціальна освіта, знання іноземної мови, знання комп'ютера, комунікабельність тощо), якими повинен володіти претендент. Але цей метод зосереджений на технічних, формальних характеристиках кандидата, не зважає на особисті характеристики та потенціал професійного розвитку.

Карта компетенції (портрет ідеального працівника) дає змогу цей недолік подолати і полегшити роботу працівника відділу людських ресурсів. Карта компетенції містить особисту характеристику людини, її здібності до виконання тих чи інших функцій, тип поведінки і соціальну роль, як, наприклад, орієнтація на інтереси клієнта, оригінальність, креативність мислення, вміння працювати в команді.

Практичне завдання 9.1

Проаналізувати різні оголошення про вакантні місця, які студенти знайдуть на дошках оголошень та на окремих сайтах, які висвітлюють стан вакантних місць в м. Рівне.

Практичне завдання 9.2

Назвіть 5 причин небажання керівників делегувати повноваження.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ № 10

Тема: *Діяльність керівника в інформаційній установі.*

Мета: виокремити відмінності між державним та приватним керівництвом та ролі керівника у ньому.

Норма часу (за навчальною програмою): 4 год.

Питання для обговорення:

1. Характеристика дій керівника.
2. Державне і приватне управління.

Рекомендована література: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,11,12.

Основні поняття та терміни:

Важливу роль у підвищенні культури та якості управлінської діяльності в інформаційних установах виконує керівник, який завжди має бути інтелектуально розвинутим, енергійним, вимогливим, вміти здійснювати контроль і самоконтроль, набувати тих якостей і знань, які будуть підвищувати рентабельність його фірми. Тому керівник має мати струнку і гнучку систему управління, що являє собою єдине ціле.

Визначення функцій і діяльності керівника в інформаційній установі є необхідним для вивчення головних видів діяльності (управління установою, людськими ресурсами, при ухваленні управлінських рішень).

Розглянемо кілька підходів до діяльності керівника. Спеціалісти найчастіше при цьому звертаються до досліджень Анрі Файоля та Лютера Гулика, що ґрунтувалися на аналізі структури та функцій формальної організації. Анрі Файоль є одним із перших дослідників, які проаналізували управлінську діяльність. Він сформулював 14 фундаментальних принципів управління, багато з яких корисні і сьогодні.

На основі принципів А. Файоля Л. Гулик визначив дії керівника. До них він відносив: планування; організація; укомплектування; керування; координація; звітування; бюджет.

Цей підхід був впливовим аж до кінця 50-х років минулого століття. Однак пізніше стали визнавати, що установи функціонують не через ієрархічний чи функціональний лад, а через наявність неформальних зв'язків та взаємодії груп. Унаслідок визнання людського фактора як впливового чинника на існування установи, від адміністративних засад почали відмовлятися. Честер Барнард вважав, що для функціонування установи від керівника вимагається три речі:

- підтримання організаційного зв'язку;
- формулювання призначення цілей;
- забезпечення індивідів основними видами діяльності.

Перспективу управлінських функцій Барнард сформулював у тезі, що керівна робота – це не робота установи, а особлива діяльність, спрямована на підтримку працездатності установи.

Функції управління спільні для всіх видів управління, незалежно від будь-якого культурного чи іншого середовища. Але спільні сфери державного і приватного управління інформаційною установою менш важливі, ніж різниця між цими двома видами. Причини розбіжностей ґрунтуються на двох аспектах державного управління:

- переважно великий масштаб і різноманітність урядової діяльності та програм, що охоплюють усе;
- державне управління діє в дуже помітному політичному середовищі.

Процес ухвалення рішень вимагає більшої компромісності, поступливості та навичок у веденні переговорів, ніж це потрібно приватному керівникові. І зовнішні впливи на рішення державного керівника численніші та більш суперечливі (див. табл. 1).

Таблиця 1 - Суттєві розбіжності між державним і приватним управлінням

№ з/п	Критерій	Державне управління	Приватне управління
1.	Орієнтація	Спрямовують свою діяльність на вдоволення політично визначених потреб	Одержання прибутку
2.	Мотивація	Задоволення потреб у державній службі	Прибуток
3.	Вимір успіху	Немає чіткого визначення	Прибутковість
4.	Правове середовище	Закон каже, що можна робити; значно більша кількість обмежень	Закон каже адміністратору лише про те, що йому заборонено робити

Методичні відмінності дослідники вбачають у системі персоналу, часових перспективах керівників, критеріях ухвалення рішень, методах оцінки результатів діяльності (див. табл. 2).

Таблиця 2 - Методичні відмінності дій державних і приватних керівників інформаційних установ

№ п/п	Критерій	Державний керівник	Приватний керівник
1.	Часова перспектива	Вузькі часові межі, що пояснюється політичною діяльністю, наслідками виборів чи змінами в уряді	Ширші часові обрії для розвитку технології, послуг, продуктів та ринків
2.	Тривалість перебування на посаді	Відносно короткий термін перебування на посаді через певні політичні міркування	Відносно довший термін перебування на посаді, завдяки чому він більш послідовний у своїх діях, більше впливає на наслідки діяльності

3.	Обмеження системи добору персоналу	Ґрунтується на заслугах, що дуже обмежує керівника у створенні певного робочого середовища (обмеження у виборі кандидата на посаду, на його звільнення тощо)	Обмежень значно менше
4.	Справедливість та ефективність	Справедливість вище ефективності: часто державні інформаційні установи здійснюють функції, які з точки зору ефективності не мають права на існування, але для справедливості вони здійснюються	Перш за все ефективність
5.	Процес прийняття рішення	Вимагає більшої відкритості при ухваленні рішень і припускає істотніше втручання й увагу з боку громадськості	Є більш закритими для зовнішнього впливу, часто рішення приймаються в обмеженому колі осіб
6.	Переконування і керування	Покладається на переконування, вплив, компроміси через розпорошення влади і відповідальності	Покладається на повноваження чи владу для здійснення своєї діяльності; управління є авторитарнішим та директивнішим

7.	Законодавчий та судовий вплив	Дуже сильний вплив: фактично більшу частину свого часу витрачають, реагуючи на законодавче втручання та судові приписи, які суперечать їхньому уявленню про те, що вони мають робити	Вплив суттєвий (особливо в умовах нестабільної української економіки та постійних змін у чинному законодавстві), але не сильний
8.	Сумарна лінія – це та різниця, яка дає прибуток або збитки	Відсутній цей критерій	Наявний критерій сумарної лінії
9.	Вимірювання результатів діяльності	Бракує загального стандарту	Прибуток

Отже, державний керівник змушений діяти зовсім по-іншому, ніж приватний, бо його обов'язки виходять далеко за межі діяльності з підтримання інформаційної установи. Він має формувати і підтримувати цілі установи та її кінцеве виживання в сучасних умовах. Державний керівник діє у політизованому й конкурентному середовищі, де увага і можливості тих, хто ухвалює рішення, дуже обмежені. Як наслідок, державний керівник має шукати собі союзників з боку клієнтів, що обслуговуються інформаційною установою. Для цього потрібно розвинути базу клієнтів, як це роблять приватні установи.

Керівником інформаційної установи може стати як її працівник («внутрішній» керівник), так і особа, що запрошена зі сторони («зовнішній» керівник). Кожен з них має свої як позитивні, так і негативні ознаки (див. табл. 3).

Таблиця 3 - Переваги та вади залучення до управління інформаційною установою «внутрішніх» та «зовнішніх» керівників

«Внутрішні» керівники	«Зовнішні» керівники
Працюють в установі весь робочий день	Працюють в установі неповний робочий день
Мають функціональні обов'язки в межах установи, будучи адміністраторами-виконавцями	Присутні на засіданнях правління, але не беруть участь в оперативному управлінні діяльністю інформаційної установи
Досконало знають усі етапи виробничого процесу, діяльності інформаційної установи	Незалежні: на їх рішення не можуть впливати міркування кар'єри
Як правило, є висококваліфікованими фахівцями апарату управління	Вносять до правління свіжі ідеї і пропозиції, розширюючи творчий горизонт
Відповідають за оцінку можливості практичної реалізації всіх ідей і рекомендацій, що надходять до правління	Забезпечують ділове спілкування, підтримуючи зв'язок з іншими інформаційними установами
	Дещо віддалені від практичного аспекту рішень, що приймаються; можуть бути не дуже зацікавленими в практичній діяльності інформаційної установи

Практичне завдання 10.1

Порівняти державне та приватне управління.

Практичне завдання 10.2

Дайте відповіді на запитання:

1. Які Ви знаєте принципи управління та пов'язані з ними дії керівника?
2. Які спільні і відмінні риси між керівниками, що працюють у державному і приватному секторі?
3. Які Ви знаєте позитивні / негативні якості керівника?
4. За допомогою яких прийомів керівник інформаційної установи може досягти взаєморозуміння з її персоналом?

3. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Основними методами навчання є: лекції, тренінги, ситуаційні завдання, ділові ігри, практичні завдання, наукова робота, провокаційні запитання.

4. ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Оцінювання результатів *поточної роботи* (завдань, що виконуються на практичних, семінарських, лабораторних, індивідуальних заняттях та консультаціях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за такими критеріями:

Розрахункові завдання, задачі, лабораторні роботи (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;

60% – завдання виконано повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

Ситуаційні вправи, конкретні ситуації та інші завдання творчого характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки не системного характеру;

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

Підсумкові оцінки з навчальної дисципліни «Аналіз соціально-економічного розвитку регіону» виставляються студентам за сумарною кількістю набраних балів, отриманих в результаті поточного контролю.

Позитивні оцінки виставляються тільки тим студентам, які виконали всі види навчальної роботи, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни і набрали за результатами поточного контролю не менше 60 балів.

5. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Методичне забезпечення

Робоча програма 06-14-81 з навчальної дисципліни «Організація та управління діяльністю інформаційних установ» для студентів, які навчаються за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» першого (бакалаврського) рівня підготовки [Електронне видання]. Рівне : НУВГП, 2019. 17 с.

Базова

1. Григораш С. М. Організація та управління діяльністю інформаційних установ : консп. лекц. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2014. 234 с.
2. Біловус Л. І. Управління та організація діяльності інформаційних установ (за фаховим спрямуванням) : навч. посіб. Тернопіль, 2010. 380 с.
3. Дерев'янок А. Г. Інформаційні центри: структура і методи діяльності : навч. посіб. Київ : ППФ «Волинські береги», 1999. 80 с.
4. Кулицький С. П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління : навч. посіб. Київ : МАУП, 2002. 224 с.

Допоміжна

5. Конституція України : Закон України № 254к/96-ВР від 28.06.1996 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=254%EA%2F96-%E2%F0>.
6. Про інформацію : Закон України № 2657-12 від 02.10.1992 р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
7. Про інформаційні агентства : Закон України № 74/95- ВР від 28.02.1995 р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80>.
8. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України № 2782-ХІІ від 16.11.1992 р. URL : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>.

9. Кредісов А. І., Кредісов В. А. Менеджмент для керівників. Київ : Знання, 1999. С. 225.
10. Менеджмент : учебник. Москва : Банки и биржа, ЮНИТИ, 1999. С. 88, 90.
11. Лазарева С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу : навч. посіб. Київ : Київ. нац. екон. ун-т, 2002. 667 с.
12. Цуруль О. А. Менеджмент у державних організаціях : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2002. 142 с.
13. Мескон М. Х. Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента : пер. с англ.; под ред. Л. И. Евенко. Москва : Дело, 1992. 704 с.
14. Швецова-Водка Г. Типологія документа : навч. посіб. для студ. ін-тів культури. Київ : Кн. палата України, 1998. 80 с.
15. Сілкова Г. В. Інформаційно аналітичне дослідження як особливий аспект інформаційної діяльності. *Українська культура: минуле, сучасне та шляхи розвитку* : міжвуз. зб. наук. праць. Київ, 1997. Вип. 2. С. 188-193.
16. Сілкова Г. В. Інформаційно-аналітична діяльність як напрям інформаційної діяльності. *Вісник Книжкової палати*. 1999. № 3. С. 15-16.
17. Сорока М. Б. Інформаційне забезпечення науки в Україні (90-ті рр. ХХ ст.) Створення національної системи реферативної інформації. *Вісник Книжкової палати*. 2000. №8. С.20-25.
18. «Україніка наукова» – загальнодержавна реферативна база даних / НАН України; Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського; уклад. : М. Б. Сорока, А. О. Чекмарьов, Л. Й. Костенко. Київ, 2000. 19 с.

Інформаційні ресурси

1. Репозиторій Національного університету водного господарства та природокористування. URL : <http://ep3.nuwm.edu.ua/>.
2. МОН України. Нормативна база. URL : <http://www.mon.gov.ua>.
3. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. Електронний фонд. URL : <http://www.nbu.gov.ua>.
4. Наукова бібліотека НУВГП (інформаційні ресурси у цифровому репозиторії). URL : <http://nuwm.edu.ua/naukova-biblioteka>.
5. Нормативно-правове і програмно-методичне забезпечення організації навчального процесу у ВНЗ України. URL : <http://www.znz.edu.ua.net>.
6. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека. Електронний фонд. URL : <http://litopys.com.ua/places/b-bl-oteki/rvnenska-o.lasna-un-versalna-naukova-b-bl-oteka/>.
7. Стандарти вищої освіти за усіма рівнями вищої освіти. URL : <http://education-ua.org/ua/artickes/689-standarti-vishchoji-osviti>.