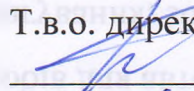


**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені В.І. ВЕРНАДСЬКОГО  
Навчально-науковий інститут муніципального управління  
та міського господарства  
Кафедра Інформаційної діяльності та документознавства**

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Т.в.о. директора інституту

  
О.Г. Гуйда

«24» вересня 2019 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ УСТАНОВАМИ ТА ПРОЕКТАМИ**

**за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»**

**спеціалізації «Документознавство та інформаційна діяльність»**

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

**Київ - 2019 рік**

Робоча програма з навчальної дисципліни “Управління інформаційними установами та проектами” складена для здобувачів вищої освіти відповідно до програми підготовки фахівців за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» ступеня вищої освіти «магістр», за денною та заочною формою навчання.

Розробники:

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

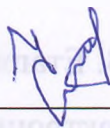
Семенко С.В. – к.держ.упр., кафедри інформаційної діяльності та документознавства;

Кобиліна Ю.М. – ст. викладач кафедри інформаційної діяльності та документознавства.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри Інформаційної діяльності та документознавства

Протокол від «23» вересня 2019 року № 2

В.о. завідувача кафедри інформаційної діяльності та документознавства



Ю.В. Данькевич

## 1. Програма навчальної дисципліни

Програму навчальної дисципліни “Управління інформаційними установами та проектами” розроблено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки магістрів спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є розуміння та усвідомлення студентами-магістрами ролі сучасних інформаційних установ вищої освіти у формування та укріпленні інтелектуального, культурного, соціального і науково-технічного потенціалу країни.

**Міждисциплінарні зв'язки:** дисципліна пов'язана з навчальними дисциплінами «Психологія комунікативних процесів», «Діловодство», «Документознавство», «Українська мова за професійним спрямуванням», «Інформаційний моніторинг», «Інформаційні системи в діловодстві», «Управління документацією», «Теорія та практика прийняття управлінських рішень», «Управління офісами»

Програма навчальної дисципліни складається з таких розділів:

1. Організація діяльності інформаційних установ
2. Створення інформаційних установ та проектів

### **Мета та завдання навчальної дисципліни**

Метою викладання навчальної дисципліни «Управління інформаційними установами та проектами» є усвідомлення процесів організації та управління там, де потрібно сформувати та узгодити дії декількох осіб. Саме завдання інформаційної установи - спочатку потрібно створити якусь установу, а вже потім створювати механізми керівництва, а інформаційного проекту – увібрати, проаналізувати та об'єктивно відтворити усі необхідні відомості та дані про об'єкт. Загальні характеристики інформаційної установи мало чим відрізняються від інших: ресурси(люди, капітал, інформація); залежність від навколишнього середовища (споживачі, уряди, профспілки, законодавчі акти та ін.); горизонтальний поділ праці (розподіл великого обсягу роботи на певну кількість невеликих спеціалізованих завдань); підрозділи(окремні частини установи, що об'єднують певну кількість людей, які виконують спеціалізовані завдання); вертикальний поділ праці (виокремлення спеціалізованої діяльності для координації дій, що пов'язані з горизонтальним поділом праці); управління (особлива діяльність певної групи людей, що спрямована на координацію та узгодження дій усіх робітників заради досягнення цілей установи); життєвий цикл (стадії розвитку установи. Тривале існування властиве не багатьом, що свідчить про ступінь вміння керівництва установи пристосуватися до змінних умов навколишнього середовища).

На початку 80-х років минулого століття Асоціація інформаційної індустрії США виділила вісім критеріїв, котрі характерні саме для інформаційної

установи: створення свого власного інформаційного продукту силами своїх співробітників; підтримка близьких до неформальних стосунків зі своїми споживачами, тому практикується надання інформаційних послуг на основі замовлення; створення інформаційних продуктів відповідно до специфічних вимог окремих кінцевих користувачів; використання різних носіїв інформації, як традиційних паперових, так і електронних засобів зберігання даних, відповідно до прийнятої в них концепції створення БД. Створення інформаційних продуктів для забезпечення процесу прийняття рішень і підвищення якості цих рішень; отримання прибутку за рахунок інформації та послуг, оскільки користувачі прирівнюють ці послуги до проведених наукових досліджень і майже повністю оплачують їх; збирання і зберігання різних відомостей про бізнес, технології та ін., на відміну від консультацій з питань управління; ставлення до інформації як до свого кінцевого продукту.

Переважає більшість професійних інформаційних установ в Україні та інших пострадянських державах діють у сфері обігу інформації, призначеної для розв'язання переважно тактичних завдань на різних рівнях управління. Причому ці суб'єкти інформаційного ринку мають різний вік: одні виникли ще за радянських часів, а потім адаптувалися до нових умов, інші – з'явилися у значно пізніше.

Основними завданнями вивчення дисципліни “Управління інформаційними установами та проектами є оволодіння програмою курсу, що забезпечить студентам – майбутнім фахівцям можливість формування знань та придбання навичок, необхідних для роботи у сучасних інформаційних установах, організаціях, вільна професійна орієнтація у системах та мережах інформаційних потоків, спрямування курсу управління організацією.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

**знати:**

- технологічний зміст діяльності інформаційних установ;
- основні вимоги до інформаційного забезпечення установ;
- теоретичні основи інформаційних процесів в установах;
- специфіку спілкування в процесі інформаційної діяльності;
- методи і технічні засоби діяльності інформаційних установ;
- еволюцію організації та управління діяльністю інформаційних установ;
- правове та договірно-правове регулювання діяльності в інформаційних установах;
- структуру установи, що надає інформаційні послуги; специфіку інформаційної продукції та її ринки;
- інновації у створенні інформаційного проекту;
- просування інформаційного проекту на сучасному інформаційному ринку

**уміти:**

- професійно оцінювати ідеї, пропозиції, рекомендації для прийняття управлінських рішень в галузі інформаційної діяльності;

- скеровувати інформаційний процес колективних заходів;
- підвищувати рівень достовірності інформації, забезпечувати її зберігання;
- формувати, удосконалювати інформаційні потоки, стискати інформацію в інформаційних потоках;
- застосовувати методи і технічні засоби інформаційної діяльності в установах;
- удосконалювати роботу інформаційних та інформаційно-аналітичних служб, підрозділів, секторів;
- здійснювати економічний аналіз та оцінку ефективності діяльності інформаційних та інформаційно-аналітичних установ та проєктів

На вивчення навчальної дисципліни заплановано 105 годин / 3,5 кредита ECTS.

Мова навчання: українська мова.

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

## **Структура навчальної дисципліни**

### **Розділ 1. Організація діяльності інформаційних установ**

#### **Тема 1. Управління інформаційними установами та проєктами як наукова дисципліна.**

Науковий апарат дисципліни «Управління інформаційними установами та проєктами». Понятійно-категоріальний апарат дисципліни. Місце дисципліни серед інших наук документознавчого циклу.

#### **Тема 2. Методичні засади менеджменту організацій.**

Системна модель управління організацією. Методологія проєктування системи управління організацією. Менеджер як організатор роботи інформаційних установ. Складові управлінського впливу. Стилі управління менеджера.

#### **Тема 3. Правові аспекти регулювання діяльністю інформаційних установ.**

Законодавчо-нормативна база України щодо діяльності інформаційних установ. Законодавче забезпечення етики діяльності інформаційних установ.

#### **Тема 4. Інформаційні ресурси як результат діяльності інформаційних установ в суспільстві.**

Поняття національних інформаційних ресурсів суспільства. Основні види інформаційних установ та напрямки їхньої діяльності. Склад документних фондів інформаційних установ.

**Тема 5. Інформаційна продукція в діяльності інформаційних установ.**

Поняття інформаційної продукції. Класифікація інформаційної продукції. Основні види інформаційної продукції.

**Тема 6. Організація виставкової діяльності інформаційних установ.**

Поняття виставкової діяльності. Класифікація виставкової діяльності. Організація роботи виставок. Документаційне супроводження виставкової діяльності.

**Тема 7. Інформатизація діяльності інформаційних установ.**

Електронний фонд як модель управління інформаційними ресурсами в установі. Створення веб-сайтів як складова інформатизації інформаційних установ. Пошукові технології інформаційного обслуговування. Захист інформації в інформаційних установах.

**Тема 8. Технологія організації власної справи**

Варіанти входження у світ бізнесу. Пошук ніші. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах та послугах. Вибір юридичної форми бізнесу. Вибір стратегії поведінки. Вибір засобів реалізації підприємницької ідеї. Ціновий вибір. Вибір збутової поведінки

**Розділ 2. Створення інформаційних установ та проектів****Тема 9. Купівля існуючого бізнесу**

Переваги та вади купівлі існуючого бізнесу. Теоретичні засади оцінки бізнесу. Процес оцінки вартості бізнесу. Методи оцінювання вартості фірми. Купівля, злиття і поглинання в інформаційному бізнесі.

**Тема 10. Основи планування підприємницької діяльності**

Бізнес-план, його функціональні ролі. Зміст і структура бізнес-плану. Послідовність складання бізнес-плану. Вимоги і правила щодо оформлення бізнес-плану. Поетапний опис кампанії по залученню капіталу.

**Тема 11. Особливості конкурентної боротьби на інформаційному ринку**

Аналіз діяльності конкурентів. Становлення конкурентоспроможності продукту. Чинники успіху на інформаційному ринку. Інформаційно-психологічні операції та війни.

**Тема 12. Політика інформаційних установ та етапи створення інформаційних проектів**

Статус інформації та інформаційні ресурси. Інформаційний продукт та його особливості. Інформаційні послуги. Ринок інформаційних товарів і послуг.

### Тема 13. Практика діяльності створення інформаційних проектів

Інновації в діяльності інформаційних проектів. Оцінка рівня якості інформаційного проекту. ціноутворення на інформаційному ринку та вартість інформації. Політика інформаційних установ щодо оплати своїх товарів і послуг. Просування інформаційного продукту чи послуги на ринок. Розподільна та рекламно-збутова діяльність інформаційного проекту.

### Тема 14. Роль комунікацій у системі інформаційного проекту

Сутність і види комунікацій. Процес комунікації та характеристика комунікативних мереж. Категорія управлінської інформації. Міжособистісні комунікації. Удосконалення комунікацій у подальших просуваннях інформаційного проекту.

### Тема 15. Проблеми вибору інформаційного проекту. Роль та місце керівника інформаційної установи.

Людський чинник. Конфлікти в інформаційній установі, стилі їх врегулювання. Проведення службового розслідування. Формування згуртованого колективу. Характеристика дій керівника. Державне і приватне управління. Негативні та позитивні якості керівника. Стосунки з персоналом

## 2. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів ECTS – 3,5 (д.ф.н.) Кількість кредитів ECTS – 5 (з.ф.н.)	Галузь знань 02 «Культура і мистецтво»	нормативна	
Кількість розділів – 2	Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»	<b>Рік підготовки:</b>	
		2-й	2-й
Загальна кількість годин – 105 (д.ф.н.) Загальна кількість годин – 150 (з.ф.н.)		<b>Семестр</b>	
		3-й	3-й
		<b>Лекції</b>	
		30 год.	10 год.
		<b>Семінарські</b>	
		30 год.	10 год.
		<b>Практичні</b>	
		0 год.	0 год.
		<b>Самостійна робота</b>	
		45 год.	130 год.
		<b>Вид контролю:</b>	
	Ступінь вищої освіти: магістр	Екзамен	

### 3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин									
	денна форма					Заочна форма				
	Всього	у тому числі				Всього	у тому числі			
		л	п	сем.	с.р.		л	п	сем.	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Розділ 1. Організація діяльності інформаційних установ</b>										
Тема 1. Управління інформаційними установами та проектами як наукова дисципліна.	7	2	-	2	3	10	-	-	-	10
Тема 2. Методичні засади менеджменту організацій.	7	2	-	2	3	10	-	-	-	10
Тема 3. Правові аспекти регулювання діяльністю інформаційних установ.	7	2	-	2	3	10	-	-	-	10
Тема 4. Інформаційні ресурси як результат діяльності інформаційних установ в суспільстві.	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Тема 5. Інформаційна продукція в діяльності інформаційних установ.	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Тема 6. Організація виставкової діяльності інформаційних установ.	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Тема 7. Інформатизація діяльності інформаційних установ.	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Тема 8. Технологія організації власної справи	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Разом за розділом 1	56	16	-	16	24	80	5	-	5	70
<b>Розділ 2. Створення інформаційних установ та проектів</b>										
Тема 9. Купівля існуючого бізнесу	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Тема 10. Основи планування підприємницької діяльності	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Тема 11. Особливості конкурентної боротьби на інформаційному ринку	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Тема 12. Політика інформаційних установ та етапи створення інформаційних проектів	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Тема 13. Практика діяльності створення інформаційних проектів	7	2	-	2	3	10	1	-	1	8
Тема 14. Роль комунікацій у системі інформаційного проекту	7	2	-	2	3	10	-	-	-	10



Тема 15. Проблеми вибору інформаційного проекту. Роль та місце керівника інформаційної установи.	7	2	-	2	3	10	-	-	-	10
Разом за розділом 2	49	14	-	14	21	70	5	-	5	60
<b>Залік</b>										
<b>Усього годин</b>	105	30	-	30	45	150	10	-	10	130

#### 4. Плани семінарських та практичних занять

##### Заняття 1. Фактори ефективності діяльності інформаційних установ та інформаційних проектів

1. Охарактеризувати фактори діяльності інформаційних установ
2. Поняття інформаційної установи
3. Концепція інформаційного суспільства.
4. Інформаційна культура та тенденції.
5. Роль держави у формуванні інформаційного суспільства
6. Роль і місце інформаційного проекту у сучасній інформаційній установі

*Література:* Основна [1; 9; 10; 11].

Додаткова [2; 3; 5].

##### Заняття 2. Світовий досвід організації діяльності інформаційних установ.

1. Особливості інформаційної політики Японії.
2. Особливості інформаційної політики США.
3. Особливості інформаційної політики ЄС.
4. Канадський досвід інформаційної політики.
5. Інформаційна політика України.

*Література:* Основна [1; 1; 9; 10; 11].

Додаткова [2; 3; 4].

##### Заняття 3. Класифікація стилів управління в організації

1. Розкрити поняття стилю управління організацією
2. Охарактеризувати дефініцію «управління»
3. Розкрити особливості управління інформаційною установою
4. Інформаційна складова ринкової економіки.
5. Структура інформаційної сфери економіки.
6. Класифікація видів інформаційної діяльності.
7. Інформаційний бізнес та його особливості.

*Література:* Основна [1; 9; 10; 11].

Додаткова [1; 3; 5].

**Заняття 4. Складові управлінського впливу менеджера.**

1. Поняття управлінського впливу менеджера
2. Основні види діяльності управлінського апарату інформаційних установ.
3. Склад документних фондів інформаційних установ.

*Література:* Основна [1; 9; 10; 11].

Додаткова [1; 3; 5].

**Заняття 5. Законодавчі аспекти регулювання діяльності інформаційних установ**

1. Характеристика нормативно-законодавчої бази діяльності інформаційних установ
2. Нормативні документи, що регулюють роботу інформаційних установ
3. Основні положення Закону України «Про інформацію»

*Література:* Основна [1; 9; 8; 10; 11].

Додаткова [2; 3; 5].

**Заняття 6. Специфіка кодексів етики інформаційних установ.**

1. Розкрити поняття «кодекс етики», філософська та моральна складові дефініції
2. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах та послугах.
3. Вибір юридичної форми бізнесу.
4. Вибір стратегії поведінки.
5. Вибір засобів реалізації підприємницької ідеї
6. Ціновий вибір.
7. Вибір збутової поведінки.

*Література:* Основна [1; 6; 9; 10; 11].

Додаткова [2; 3; 5].

**Заняття 7. Порівняльний аналіз напрямів діяльності інформаційних установ**

1. Переваги та вади купівлі існуючого бізнесу.
2. Теоретичні засади оцінки бізнесу.
3. Процес оцінки вартості бізнесу.
4. Методи оцінювання вартості фірми.
5. Купівля, злиття і поглинання в інформаційному бізнесі.

*Література:* Основна [1; 9; 10; 11].

Додаткова [1; 2; 3; 5].

## **Заняття 8. Характеристика структури та фондів основних інформаційних установ**

1. Структура інформаційної установи
2. Поняття про фонд управлінської установи
3. Охарактеризувати основні існуючі фонди інформаційних установ

*Література:* Основна [1; 2; 6; 9; 10; 11].

Додаткова [2; 3; 5].

## **Заняття 9. Диверсифікація типо-видового складу інформаційної продукції. Види інформаційних проектів**

1. Типи інформаційної продукції
2. Види інформаційної продукції
3. Значення та роль типів та видів інформаційної продукції
4. Види інформаційних проектів
5. Типи інформаційних проектів

*Літератур:* Основна [1; 3; 8; 9; 10].

Додаткова [2; 3; 5].

## **Заняття 10. Інформаційні документи як складова інформаційного проекту**

1. Особливості роботи із документами під час створення та затвердження інформаційних проектів
2. Законодавчо-нормативно база при створенні інформаційних проектів

*Література:* Основна [1; 9; 10; 11].

Додаткова [2; 3; 5].

## **Заняття 11. Аналіз основних понять виставкової діяльності.**

1. Особливості виставки як складової інформаційної установи
2. Особливості роботи із клієнтами
3. Роль реклами у просуванні інформаційної установи
4. Законодавча база рекламної діяльності

*Література:* Основна [1; 9; 10; 11].

Додаткова [1; 3; 5].

## **Заняття 12. Видовий склад супроводжувальних документів виставки.**

1. Поняття про супроводжувальні документи
2. Охарактеризувати супроводжувальні документи виставки
3. Склад супроводжувальних документів виставки

*Література:* Основна [1; 3; 9; 10; 11].

Додаткова [2; 4; 5].

## **Заняття 13. Моделі електронного документного фонду інформаційних установ.**

1. Поняття про електронні документні фонди
2. Специфіка е-документного фонду інформаційної установи

3. Методи збереження е-документного фонду інформаційної установи

*Література:* Основна [1; 9; 10; 11].

Додаткова [2; 4; 5].

**Заняття 14 – 15. Сучасні технології інформаційного обслуговування.**

1. Поняття про хмарні технології

2. Розкрити роль інформаційного шпіонажу у сучасній інформаційній установі

3. Поняття захисту інформаційної власності

*Література:* Основна [1; 2; 1; 9; 10; 11].

Додаткова [2; 3; 10].

## 5. Завдання самостійної роботи

До теми 1. Організація діяльності інформаційних установ та інформаційних проектів як наукова дисципліна.

1. Окреслити основні завдання курсу

*Рекомендована література:* див. Тема 1.

*Форма контролю:* підготовка аналітичної записки і виступів на семінарі (тема 1).

До теми 2. Методичні засади менеджменту організацій.

Перерахувати основні категорії курсу

*Рекомендована література:* див. Тема 2.

*Форма контролю:* вибіркоче усне опитування, експрес-опитування.

До теми 3. Розробити власну модель інформаційної установи та інформаційного проекту

*Рекомендована література:* див. Тема 3.

*Форма контролю:* підготовка аналітичної записки і виступів на семінарі (тема 3).

До теми 4. Особливості роботи із персоналом в інформаційній установі

*Рекомендована література:* див. Тема 4.

*Форма контролю:* підготовка та виступ на семінарі (тема 4).

До теми 5. Принципи роботи в інформаційній установі

1. Розробити власні принципи форм та методів роботи в інформаційній установі

*Рекомендована література:* див. Тема 5.

*Форма контролю:* підготовка аналітичного завдання і виступів на семінарі (тема 5).

**До теми 6.** Організація виставкової діяльності інформаційних установ. Пояснити роль виставкової діяльності інформаційних установ.

**Рекомендована література:** див. Тема 6.

**Форма контролю:** підготовка завдань і виступів на семінарі (тема 6).

## 6. Індивідуальні завдання

З метою організації самостійної роботи та забезпечення її ефективності студентам надається можливість виконання індивідуальних завдань.

Індивідуальні завдання передбачають створення умов для найповнішої реалізації творчих можливостей студентів і мають на меті поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти отримують на лекційних та семінарських заняттях.

Передбачаються такі види індивідуальної роботи:

- ✓ Написання аналітичної записки;
- ✓ Укладання міні-словника термінів;
- ✓ Складання кросвордів з термінів, які стосуються дисципліни та міждисциплінарних зв'язків

### Вимоги до оформлення аналітичної записки

Аналітична записка повинна бути виконана і оформлена з додержанням усіх технічних вимог до даного виду робіт.

Текстовий редактор – Microsoft Word. Формат аркуша А-4, шрифт – 14 пт, TimesNewRoman, через 1,5 інтервали. Текст розміщується на сторінці, яка обмежується полями: лівим - 30 мм, правим - 15 мм, верхнім-20 мм, нижнім - 20 мм. Відстань між заголовком і текстом повинна бути в межах 15 – 20 мм. Обсяг записки включає 5-10 сторінок.

Титульну сторінку включають у загальну нумерацію роботи, однак на титульній сторінці номер не проставляється. Всі інші сторінки нумеруються арабськими цифрами в правій нижній частині сторінки після закінчення тексту. Нумерація сторінок у роботі повинна бути наскрізна.

За титульним аркушем розміщують послідовно сторінку зі змістом роботи, далі йде вступ, потім питання у порядку зростання нумерації, висновки, список використаних джерел.

### Орієнтовна тематика аналітичних записок

1. Сутність, цілі, завдання та особливості інформаційних установ.
2. Інформаційні потреби та інформаційне забезпечення суб'єктів управління підприємством.
3. Інформація як ресурс управління підприємством.
4. Управління інформаційними ресурсами: концепції, технології, інструментальні засоби.
5. Інформаційні системи як базова компонента інформаційного менеджменту.

6. Архітектура інформаційної системи підприємства.
7. Стратегічне планування інформаційних систем.
8. Корпоративні інформаційні системи.
9. Організаційна структура служби інформаційних систем.
10. Управління службою інформаційних систем.
11. Управління взаємодією служби інформаційних систем із користувачами інформаційних ресурсів і технологій.
12. Засоби автоматизації управління службою інформаційних систем.
13. Управління інформаційною безпекою підприємства.
14. Економічна ефективність інформаційного менеджменту.
15. Види та типи інформаційних проектів

## **7. Засоби оцінювання**

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

До словесних методів навчання належать: розповідь, пояснення, бесіда, лекція. Ці методи використовуються під час лекційних та семінарських занять з дисципліни «Управління інформаційними установами та проектами».

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

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

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

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

об'єднаних загальною темою.

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

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

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

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

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

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

Частково-пошуковий метод включає студентів у пошук шляхів, прийомів і засобів розв'язання пізнавального завдання. Для забезпечення дієвості цього методу необхідно створити проблемну ситуацію і спонукати студентів до розуміння і «прийняття» пізнавального завдання; керувати ходом пошукової розумової діяльності студентів з використанням системи логічно вмотивованих запитань; стимулювати і схвалювати пізнавальну діяльність студентів у процесі розв'язання навчальних завдань; аналізувати успіхи і помилки, труднощі.

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





**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

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

**9. Орієнтовний перелік питань для підсумкового контролю**

1. Поняття інформаційної установи.
2. Напрямки розвитку інформаційних установ.
3. Задачі та цілі інформаційних установ.
4. Інформаційні потоки організації.
5. Інформаційні потреби організації та механізм їх забезпечення.
6. Інформаційне забезпечення управління підприємством.
7. Управлінська інформація та закономірність її руху.
8. Види інформаційно-аналітичної діяльності.
9. Класифікація видів інформації згідно із Законом України «Про інформацію».
10. Основні положення концепції інформаційного управління.
11. Системний підхід до вирішення ділових проблем.
12. Система інформаційного забезпечення інформаційного менеджменту.
13. Управління інформаційними ресурсами на підприємстві.
14. Інформаційні системи та їх класифікації.
15. Поняття управлінських інформаційних систем.
16. Особливості інформаційних систем менеджменту.
17. Засоби автоматизації інформаційного менеджменту.
18. Інформаційна система сучасного підприємства.
19. Сутність і компоненти інформаційної системи сучасних установ.
20. Архітектура систем підтримки прийняття рішень, інтерфейс та вибір сфер застосування.
21. Впровадження та функціонування інформаційних систем.
22. Взаємозалежність інформаційних систем та інформаційних технологій.
23. Принципи організації IT-підрозділів на підприємстві.
24. Особливості управління персоналом у сфері інформатизації.
25. Проблеми персоналу інформаційних систем.
26. Роль інформаційних менеджерів в організації.

27. Значення інформації у діяльності менеджера.
28. Менеджмент змін у прикладних сферах при їх інформатизації.
29. Характеристика умов введення змін.
30. Організація діяльності служби інформаційних систем.
31. Виконання забезпечувальної функції службою інформаційних систем.
32. Централізована система управління інформаційним забезпеченням.
33. Координаційно-інформаційний центр компанії.
34. Загальна характеристика корпоративних інформаційних систем.
35. Локальні, середні та великі інтегровані інформаційні системи.
36. Інформаційна підтримка планування та реалізації виробничої програми.
37. Автоматизація документообігу.
38. Технічне забезпечення інформаційних систем.
39. Моделі процесів управління інформаційною інфраструктурою.
40. Інформаційна структура організації та процеси управління.
41. Ресурси телекомунікацій.
42. Поняття про службову таємницю організації.
43. Комерційна та персональна таємниця, методи захисту інформації.
44. Міжнародні стандарти та методології захисту інформації.
45. Види інформаційних проектів
46. Типи інформаційних проектів
47. Етапи створення інформаційних проектів
48. Нормативно-законодавча база у створенні інформаційного проекту
49. Етапи просування інформаційного проекту

## 10. Рекомендована література

### Основна:

1. Інформаційний ринок продуктів і послуг : консп. лекцій / уклад. І.О. Давидова. – Х. : ХДАК, 2000. – 69 с.
2. Давидова І. О. Інформаційний ринок: організація, маркетинг, управління : навч. посіб. / І.О. Давидова ; Харк. держ. акад. культури. –Х. : [б. в.], 2001. – 136 с.
3. Документаційне забезпечення робіт із захисту інформації з обмеженим доступом : підруч. / С. М. Головань [та ін.]. – Л., 2005.
4. Документація. Звіти у сфері науки і техніки. Структура і правила оформлення : ДСТУ 3008-95. – К. : Держстандарт України, 1995. – 36 с.
5. Інформаційний сервіс в Інтернеті / В.М. Шейко [та ін.]. – Х. : ХГИК, 1998. – 207 с.
6. Кулицький С. П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління : навч. посіб. / С. П. Кулицький ; Міжрегіон. акад. управл. персоналом. – К. : МАУП, 2002. – 222 с. : рис.
7. Кушнарєнко Н.М. Наукова обробка документів : підруч. / Н. М. Кушнарєнко, В. К. Удалова. – К. : Вінар, 2003. – 328 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
8. Матвієнко О. В. Представлення інформації в автоматизованих документно-інформаційних системах : навч. посіб. / О. В. Матвієнко. – К. : НТУ, 2001. – 130с. : рис.
9. Сердюк О. П. Основи управління комунікативним процесом : підручник для студ. вищ. навч. закладів гуманіт. спрямування / О. П. Сердюк ; Ін-т змісту і методів навчання. – К. : [б. в.], 1998. – 239 с.
10. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие / А. В. Соколов. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.

### Додаткова

1. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання : ДСТУ ГОСТ 7.1.: 2006. – К. : Держстандарт України, 2007. – 48 с. – (Держ. стандарт України)
2. Закони України про музеї та музейну справу. Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей : за станом на 20 січня 2010 р. – К. : Парламентське вид-во, 2010. – 32 с. – (Закони України).
3. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення ДСТУ 2392-94. – Вперше. – Чинний від 01.01.95. – К. : Держстандарт України, 1994. – 53 с.
4. Карпенко О. О. Концепція професійного спрямування «Вступ до фаху»: навч. посіб. / О.О. Карпенко. – Х. : НАУ«ХАІ», 2008. – 50 с.
5. Кушнарєнко Н. Н., Документоведение / Н. Н. Кушнарєнко. – 7-е изд., стереотип. — К. : Знання, 2006. – 459 с. : ил., табл.
6. Пекар В. Основи виставкової діяльності : навч. посіб. / В. Пекар. – К. :

Євроіндекс, 2009. – 348 с.

7. Про бібліотеки та бібліотечну справу : Закон України : за станом на 20 липня 2000 р. / Верх. Рада України. – К. : Парлам. вид-во, 2000. – 23 с.

8. Про інформацію : Закон України // Відом. Верхов. Ради України. – 1992. – №48. – С. 650.

9. Про Національний архівний фонд та архівні установи : Закон України / Верх. Рада України // ВВР. – 1994. – № 15. – Ст.86.

10. Столяров Ю.Н. Документальный ресурс : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. / Ю.Н. Столяров — М. : Либерия, 2001. – 152 с.

## 11. Інформаційні ресурси

1. Карпенко О.О. Аналітико-синтетична переробка документної інформації . - Електронний ресурс: навч. посіб. / О. О. Карпенко. – 2-ге вид., доповн. і перероб. – Х. : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «ХАІ», 2010. – 138 с. – Режим доступу: [http://khai.edu/download/karpenko\\_aspd1.pdf](http://khai.edu/download/karpenko_aspd1.pdf), вільний. – Назва з екрана.

2. Степанов В. К. Интернет в профессиональной информационной деятельности [Электронный ресурс] / В. К. Степанов. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.textbook.openweb.ru/index.html>, свободный. – Загл. с экрана.

**Тести та контрольні питання****Варіант 1.**

**1. Повідомлення про сукупність явищ і подій, у яких зацікавлені особи та організації і які підлягають реєстрації та обробці, — це:**

- а) дані;
- б) інформація;
- в) інформаційний шум;
- г) знання.

**2. Мова, правила якої точно визначаються до початку її застосування, є:**

- а) природною;
- б) штучною;
- в) державною;
- г) іноземною.

**3. Свідоме приховування правдивої інформації і подання неправдивої — це:**

- а) неповне подання інформації;
- б) втрата інформації;
- в) замовчування інформації;
- г) фальсифікація інформації.

**4. Інформація, що містить відомості, якими володіють, користуються або розпоряджаються юридичні та фізичні особи, і поширюється за бажанням цих осіб відповідно до передбачених ними умов, є:**

- а) таємною;
- б) недоступною;
- в) конфіденційною;
- г) відкритою.

**5. Широта змістовної (тематичної) різноманітності повідомлень; подання великих обсягів повідомлень; можливість повторного (багаторазового) використання повідомлень адресатом; доступність великих масивів інформації для широкого кола різноманітних споживачів, у тому числі завдяки наявності розвинутої мережі різноманітних посередників, продавців інформації; відносна дешевизна інформації — це переваги:**

- а) радіо і телебачення;
- б) джерел друкованої інформації;
- в) виставок і конференцій;
- г) консультативних послуг.

**6. Згідно з чинним законодавством України об'єктом винаходу може бути:**

- а) продукт (пристрій, речовина, штам мікроорганізму, культура клітин рослин і тварин);
- б) наукові теорії та математичні методи;
- в) методи організації та управління господарством;
- г) плани, умовні позначення, розклади, правила.

**7. Інтуїтивний підхід до прийняття рішень — це:**

- а) вибір, зроблений на підставі відчуття, що він правильний;

- б) вибір, зумовлений знаннями і нагромадженим досвідом;
- в) вибір, що обґрунтовується за допомогою об'єктивного аналітичного процесу;
- г) вибір, зроблений під впливом стороннього тиску.

**8. При виконанні сезонних робіт, що потребують кваліфікованих кадрів, або при вирішенні нестандартних проблем вдаються до такої стратегії “інформаційного виробництва”:**

- а) постійний обсяг виробництва за постійної чисельності працюючих;
- б) змінний обсяг випуску продукції за постійної чисельності робочої сили;
- в) змінний обсяг випуску продукції за змінної чисельності робочої сили;
- г) постійний обсяг виробництва за змінної чисельності працюючих.

**9. У розвинених країнах полімедіа — це результат трансформації:**

- а) консалтингових фірм;
- б) торгових виставок;
- в) традиційних ЗМІ;
- г) державної статистичної служби.

**10. У процесі перетворення повідомлення (даних) в інформацію воно долає інформаційні бар'єри у такій послідовності:**

- а) семантичний — синтаксичний — прагматичний;
- б) прагматичний — семантичний — синтаксичний;
- в) синтаксичний — семантичний — прагматичний;
- г) прагматичний — синтаксичний — семантичний.

## Варіант 2

**1. Повідомлення, яке не потрібне суб'єкту незалежно від того, відоме воно йому чи ні, — це:**

- а) дані;
- б) інформація;
- в) інформаційний шум;
- г) знання.

**2. Мова, правила якої базуються на її поточному використанні, є:**

- а) природною;
- б) штучною;
- в) алгоритмічною;
- г) мовою програмування.

**3. У структурі людської психіки З. Фрейд виокремлював:**

- а) виключно свідоме;
- в) свідоме і передсвідоме;
- г) свідоме, передсвідоме і несвідоме.

**4. Інформація, яка містить відомості, що становлять державну та іншу передбачену законом таємницю, і розголошення якої завдає шкоди особі, суспільству і державі, є:**

- а) таємною;
- б) недоступною;
- в) конфіденційною;
- г) відкритою.

**5. Узагальнена кількісна характеристика якісно однотипних явищ і (або) процесів, наочність характеристики об'єктів, подання значного обсягу інформації при збереженні її компактною формі — це переваги:**

- а) джерел статистичної інформації;
- б) джерел друкованої інформації;
- в) виставок і конференцій;
- г) консультативних послуг.

**6. В Україні строк дії патенту на винахід з дня подання заявки до центрального органу виконавчої влади з питань охорони інтелектуальної власності становить:**

- а) 15 років;
- б) 20 років;
- в) 25 років;
- г) 30 років.

**7. Підхід до прийняття рішень, що ґрунтується на судженнях, — це вибір:**

- а) зроблений під впливом відчуття, що він правильний;
- б) зумовлений знаннями та накопиченим досвідом;
- в) що обґрунтовується за допомогою об'єктивного аналітичного процесу;
- г) зроблений під впливом стороннього примусу.

**8. У разі виконання стандартних рутинних операцій (наприклад, бухгалтерських) або коли можливе зберігання інформаційного продукту протягом порівняно тривалого періоду часу, вдаються до такої стратегії “інформаційного виробництва”:**

- а) постійний обсяг виробництва за постійної чисельності працюючих;
- б) змінний обсяг випуску продукції за постійної чисельності робочої сили;
- в) змінний обсяг випуску продукції за змінної чисельності робочої сили;
- г) постійний обсяг виробництва за змінної чисельності працюючих.

**9. Основною суспільною функцією полімедіа у розвинених країнах є:**

- а) випуск розважальних телевізійних програм;
- б) консультування фахівців;
- в) формування комерційних баз даних;
- г) оперативна передача новин.

**10. У процесі перетворення повідомлення (даних) в інформацію воно проходить крізь інформаційні фільтри у такій послідовності:**

- а) семантичний — синтаксичний — прагматичний;
- б) прагматичний — семантичний — синтаксичний;
- в) синтаксичний — семантичний — прагматичний;
- г) прагматичний — синтаксичний — семантичний.

### Варіант 3

**1. Інформація, яка притаманна об'єктам живого і неживого світу природного чи штучного походження і є так званою уречевленою інформацією, — це інформація:**

- а) доступна;
- б) відкрита;

- в) структурна (зв'язана);
- г) оперативна (робоча).

**2. Модель комунікації, запропонована відомим лінгвістом Р. Якобсоном, складається з таких елементів:**

- а) адресант, повідомлення, адресат;
- б) адресант, повідомлення, контекст, адресат;
- в) адресант, повідомлення, контекст, контакт, адресат;
- г) адресант, повідомлення, контекст, контакт, код, адресат.

**3. Зазначте, яка психологічна функцію (за К. Юнгом) розвинена у людини, яка у своїх оцінках ситуації покладається на передчуття і здогадки:**

- а) мислення;
- б) відчуття;
- в) логіка;
- г) інтуїція.

**4. Відповідно до чинного законодавства офіційна документована державна інформація, що дає кількісну характеристику масових явищ і процесів, які відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя, — це:**

- а) правова інформація;
- б) соціологічна інформація;
- в) статистична інформація;
- г) адміністративна інформація.

**5. Можливість оперативного доступу до великих масивів різноманітних повідомлень; поєднання можливості повторного (багаторазового) використання повідомлень з можливостями сприйняття широкого спектра візуальних образів, що підвищує ефективність її засвоєння; можливість оперативної обробки повідомлень (копіювання, компонування, підготовка змістовно нових повідомлень, тиражування тощо) — це переваги:**

- а) джерел державної статистичної інформації;
- б) джерел друкованої інформації;
- в) виставок і конференцій;
- г) мережі Інтернет.

**6. В Україні суміжні права охороняються після першого публічного виконання твору, оголошення про передачу тощо протягом:**

- а) 25 років;
- б) 30 років;
- в) 40 років;
- г) 50 років.

**7. Суть зворотної послідовності підготовки інформаційно-аналітичних документів полягає в тому, що робота починається з певного етапу з подальшою корекцією всього процесу. Зазначте цей етап:**

- а) збирання фактів;
- б) тлумачення фактів;
- в) побудова гіпотези;
- г) висновки.



**8. У певний спосіб організована сукупність джерел інформації, придатних для регулярного застосування суб'єктом в його управлінській (регуляторній) діяльності, — це:**

- а) галузь інформації;
- б) інформаційний ринок;
- в) інформаційні ресурси;
- г) інформаційний простір.

**9. Перевага рейтингів як інформаційного інструменту полягає у наданні:**

- а) інтегрованої порівняльної оцінки певних об'єктів;
- б) прогнозу перспектив розвитку певного об'єкта;
- в) механізму функціонування певного об'єкта;
- г) рекомендацій щодо доцільності придбання певних цінних паперів на фондовому ринку.

**10. Формула “факти + переконання + правила” описує:**

- а) дані;
- б) інформацію;
- в) інформаційний шум;
- г) знання.

#### Варіант 4

**1. Інформація, що циркулює між об'єктами матеріального світу і використовується у процесах управління в живій природі та суспільстві, — це:**

- а) доступна інформація;
- б) відкрита інформація;
- в) структурна (зв'язана) інформація;
- г) оперативна (робоча) інформація.

**2. Формально-логічний підхід до процедури обміну інформацією втілено у моделі комунікації, яку запропонував:**

- а) К. Шеннон;
- б) Р. Якобсон;
- в) Ю. Лотман;
- г) К. Шеннон, Р. Якобсон і Ю. Лотман одночасно.

**3. Зазначте психологічну функцію (за К. Юнгом), що розвинена у людини, яка в своїх оцінках ситуації покладається на послідовну аргументацію:**

- а) мислення;
- б) відчуття;
- в) логіка;
- г) інтуїція.

**4. Відповідно до чинного законодавства документовані або публічно оголошені відомості про ставлення окремих громадян і соціальних груп до суспільних подій та явищ, процесів, фактів — це:**

- а) правова інформація;
- б) соціологічна інформація;
- в) статистична інформація;

г) адміністративна інформація.

**5. До категорії повідомлень, що самотранслюються, належать:**

- а) джерела державної статистичної інформації;
- б) джерела друкованої інформації;
- в) виставки і конференції;
- г) чутки.

**6. В Україні авторські права захищають:**

- а) протягом усього життя автора;
- б) протягом усього життя автора і 50 років після його смерті;
- в) протягом усього життя автора і 70 років після його смерті;
- г) протягом усього життя автора і 100 років після його смерті.

**7. Вирішального значення для зворотної послідовності підготовки інформаційно-аналітичних документів набуває:**

- а) наявність матеріально-технічних ресурсів;
- б) наявність фінансових ресурсів;
- в) кваліфікація працівників;
- г) дефіцит часу на виконання роботи.

**8. Відповідно до чинного законодавства до категорії “комерційної таємниці” належать:**

- а) установчі документи, документи, що дають змогу займатися підприємницькою або господарською діяльністю та її окремими видами;
- б) інформація про забруднення навколишнього природного середовища, недотримання безпечних умов праці, реалізацію продукції, що завдає шкоди здоров'ю, а також інші порушення законодавства України та розміри заподіяних при цьому збитків;
- в) знання і досвід у сфері реалізації продукції та послуг, дані про кон'юнктуру ринку, результати маркетингових досліджень;
- г) відомості, що відповідно до чинного законодавства підлягають оголошенню.

**9. Вплив технології комунікативного резонансу виявляється за рахунок:**

- а) новизни поданої інформації;
- б) коректного подання інформації;
- в) оперативного подання інформації;
- г) відповідності поданої інформації уявленням, притаманним масовій аудиторії.

**10. Соціально-психологічний механізм, згідно з яким суб'єкт вважає свою поведінку правильною в конкретній ситуації, якщо й інші люди діють так само, — це:**

- а) стереотип;
- б) настанова;
- в) “принцип соціального доказу”;
- г) “стереотип авторитету”.

### Варіант 5

**1. Здатність інформації сприяти досягненню мети, що стоїть перед особою чи організацією, — це:**

- а) цінність (або корисність) інформації;

- б) повнота інформації;
- в) точність інформації;
- г) коректність інформації.

**2. Перетворення повідомлення на сигнали, що відповідають характеристикам цього каналу зв'язку, — це функції:**

- а) джерела інформації;
- б) передавача;
- в) каналу зв'язку;
- г) джерела інформації, передавача і каналу зв'язку одночасно.

**3. Людина, яка (за К. Юнгом) у сприйнятті інформації орієнтована насамперед на навколишнє середовище, є:**

- а) раціоналом;
- б) ірраціоналом;
- в) екстравертом;
- г) інтровертом.

**4. Відповідно до чинного законодавства суб'єктами інформаційних відносин є:**

- а) громадяни України та юридичні особи;
- б) громадяни України і держава;
- в) юридичні особи і держава;
- г) громадяни України, юридичні особи і держава.

**5. Багатоцільовий засіб безпосередньої комерційної комунікації — це:**

- а) джерела статистичної інформації;
- б) джерела друкованої інформації;
- в) виставки;
- г) чутки.

**6. Об'єктом права промислової власності є:**

- а) виконавча діяльність артистів;
- б) науковий твір;
- в) товарний знак;
- г) захист від несумлінної конкуренції.

**7. Суть проблеми так званої пастки часу полягає :**

- а) у перевищенні ліміту часу на загальне ознайомлення з проблемою;
- б) у перевищенні ліміту часу на збирання фактів;
- в) у дефіциті матеріально-технічних ресурсів;
- г) у невмінні працівників розрахувати час для своєчасної підготовки достовірного інформаційно-аналітичного матеріалу.

**8. Основним лімітуючим фактором всієї організації інформаційної діяльності є:**

- а) фінансові ресурси цього суб'єкта;
- б) матеріально-технічні ресурси суб'єкта;
- в) кваліфікація виконавців;
- г) вимоги споживачів.

**9. Інформаційно-психологічні війни та операції ґрунтуються насамперед :**

- а) на технології комунікативного резонансу;

- б) коректному поданні інформації;
- в) порушенні права інтелектуальної власності;
- г) поширенні інформації, що становить державну таємницю.

**10. Отримання інформації для здійснення глибокого дослідження у новій для суб'єкта сфері знань, діяльності тощо — це:**

- а) функція пошуку даних;
- б) функція оперативної поінформованості;
- в) дослідницька функція;
- г) ознайомча функція.

### Варіант 6

**1. Припустимий рівень викривлення інформації — це:**

- а) цінність (або корисність) інформації;
- б) повнота інформації;
- в) точність інформації;
- г) коректність інформації.

**2. Модель комунікації (загальна схема системи зв'язку), запропонована К. Шенноном, складається з таких елементів:**

- а) джерело інформації, канал зв'язку, адресат;
- б) передавач, канал зв'язку, приймач;
- в) джерело інформації, передавач, канал зв'язку, приймач, адресат;
- г) джерело інформації, передавач, джерело шуму, канал зв'язку, приймач, адресат.

**3. Людина, сприйняття інформації якою (за К. Юнгом) багато в чому визначається її внутрішнім світом, є:**

- а) раціоналом;
- б) ірраціоналом;
- в) екстравертом;
- г) інтровертом.

**4. Механізм поширення інформації на основі товарно-грошових відносин становить:**

- а) інформаційну сферу суспільства;
- б) галузь інформації;
- в) інформаційний ринок;
- г) інформаційний простір.

**5. Зазначте джерела інформації, перевага яких перед з іншими полягає в тому, що вони орієнтовані на індивідуальні потреби конкретних споживачів і дають змогу їм отримувати не просто інформацію, а необхідні знання за рахунок залучення додаткового професійного потенціалу фахівців:**

- а) джерела статистичної інформації;
- б) джерела друкованої інформації;
- в) консультативні послуги;
- г) виставки і конференції.

**6. Об'єктом авторського права і суміжних прав є:**

- а) винахід;
- б) художній твір;
- в) товарний знак;
- г) захист від недобросовісної конкуренції.

**7. Сукупність зовнішніх відносно об'єкта прогнозування умов, важливих для розв'язання завдання прогнозування, — це:**

- а) суб'єкт прогнозування;
- б) глибина упередження прогнозу;
- в) прогнозний фон;
- г) метод прогнозування.

**8. Визначальним фактором режиму організації інформаційної діяльності є:**

- а) фінансові ресурси певного суб'єкта;
- б) матеріально-технічні ресурси суб'єкта;
- г) вимоги споживачів.

**9. Політичні важелі впливу у сфері міжнародних інформаційних відносин є прерогативою:**

- а) міжнародних організацій;
- б) держав;
- в) суб'єктів підприємництва;
- г) окремих громадян.

**10. Одержання суб'єктом базової інформації, необхідної для розуміння проблеми, — це:**

- а) функція пошуку даних;
- б) функція оперативної поінформованості;
- в) дослідницька функція;
- г) ознайомча функція.

**Варіант 7****1. Властивість інформації містити в собі необхідний мінімальний обсяг даних для прийняття правильного рішення, — це:**

- а) цінність (або корисність) інформації;
- б) повнота інформації;
- в) точність інформації;
- г) коректність інформації.

**2. Процес відновлення повідомлення за отриманими приймачем сигналами — це:**

- а) зберігання повідомлення;
- б) кодування повідомлення;
- в) декодування повідомлення;
- г) передача повідомлення.

**3. Зазначте ієрархію потреб людини за А. Маслоу, починаючи з найнижчого рівня:**

- а) потреби безпеки та захисту, фізіологічні потреби, потреби в любові, належності до певної соціальної групи, потреби у самоповазі, потреби у

самоактуалізації;

б) потреби безпеки та захисту, фізіологічні потреби, потреби в любові, належності до певної соціальної групи, потреби у самоактуалізації, потреби у самоповазі;

в) фізіологічні потреби, потреби безпеки та захисту, потреби в любові, належності до певної соціальної групи, потреби у самоповазі, потреби у самоактуалізації;

г) фізіологічні потреби, потреби безпеки та захисту, потреби у самоповазі, потреби в любові, належності до певної соціальної групи, потреби у самоактуалізації.

**4. Інформація, яку людина або організація повинна одержати, щоб ефективно виконувати свою роботу, позитивно розв'язати якусь проблему або задовольнити приватний інтерес чи хобі, — це:**

а) інформаційна потреба;

б) інформаційне бажання;

в) інформаційний запит;

г) інформаційний цикл.

**5. Перевірка належності фактичного значення даних (складових повідомлення) множині припустимих значень або відповідності потребам споживача здійснюється за допомогою:**

а) інформаційного шуму;

б) інформаційних бар'єрів;

в) інформаційних фільтрів;

г) інформаційного шуму, інформаційних бар'єрів та інформаційних фільтрів одночасно.

**6. Ноу-хау — це:**

а) документ, свідоцтво, що від імені держави видається власнику і засвідчує його виключне право на використання винаходу;

б) документ, що надається власником патенту іншій юридичній або фізичній особі та засвідчує її право на виготовлення чи (та) використання запатентованого виробу, технології протягом обмеженого періоду або на обмеженій території;

в) незапатентовані корисні знання, досвід і секрети виробництва;

г) суб'єкт права на захист інтелектуальної власності.

**7. Формалізовані методи прогнозування діють, якщо:**

а) глибина упередження прогнозу менша від еволюційного циклу об'єкта прогнозу;

б) глибина упередження прогнозу дорівнює еволюційному циклу об'єкта прогнозу;

в) глибина упередження прогнозу перевищує еволюційний цикл об'єкта прогнозу;

г) еволюційний цикл об'єкта прогнозу невідомий.

**8. Для ефективної організації інформаційної діяльності її “виробничі потужності” (ресурси) потрібно розраховувати:**

а) за рівнем попиту на ці ресурси у період найменшого навантаження;

- б) за рівнем попиту на ці ресурси, виходячи із середнього рівня навантаження за весь період їх використання;
- в) за рівнем попиту на ці ресурси у період найбільшого навантаження;
- г) попередньо взагалі не треба розраховувати.

**9. Зазначте, який вид суб'єктів інформаційних відносин за характером своєї діяльності не є принципово новим для пострадянських держав:**

- а) аудиторські організації;
- б) рекрутингові агентства;
- в) науково-дослідні установи;
- г) Інтернет-провайдери.

**10. Отримання суб'єктом необхідної для генерації нових ідей інформації та нових стимулів для подальшої інтелектуальної діяльності — це:**

- а) функція пошуку даних;
- б) функція оперативної поінформованості;
- в) дослідницька функція;
- г) стимулююча функція.

### Варіант 8

**1. Однозначне сприйняття інформації всіма споживачами зумовлене:**

- а) цінністю (або корисністю) інформації;
- б) повнотою інформації;
- в) точністю інформації;
- г) коректністю інформації.

**2. Процес подання повідомлення у вигляді певних символів — це:**

- а) зберігання повідомлення;
- б) кодування повідомлення;
- в) декодування повідомлення;
- г) передача повідомлення.

**3. Оцінна реакція на щось, виражена в думках, поглядах, почуттях і цілеспрямованій поведінці суб'єкта, — це:**

- а) стереотип;
- б) настанова;
- в) “принцип соціального доказу”;
- г) “стереотип авторитету”.

**4. Зазначити правильне закінчення визначення. “Інформаційний цикл — це послідовний ланцюжок...”:**

- а) пасивні інформаційні потреби — інформаційні бажання — використання інформації;
- б) інформаційні бажання — інформаційні потреби — інформаційні запити — використання інформації;
- в) інформаційні потреби — інформаційні бажання — інформаційні запити — використання інформації;
- г) інформаційні потреби — інформаційні запити — використання інформації.

**5. Елементом комунікації, що зумовлює різне тлумачення повідомлення адресантом і адресатом, є:**

- а) контекст повідомлення;
- б) механізм контакту між суб'єктами комунікації;
- в) код;
- г) контекст, контакт і код одночасно.

**6. Документ, що надається власником патенту іншій юридичній або фізичній особі та засвідчує її право на виготовлення чи (та) використання запатентованого виробу, технології протягом обмеженого періоду або на обмеженій території, — це:**

- а) атестат;
- б) торгова марка;
- в) ліцензія;
- г) декларація.

**7. Теорія рефлексивності базується на такому положенні:**

- а) уявлення суб'єктів адекватно відображають реальність;
- б) уявлення суб'єктів так чи інакше можуть відрізнятись від реальності;
- в) суб'єкти взагалі не мають уявлення про реальну ситуацію;
- г) суб'єктів не цікавить реальна ситуація.

**8. Спосіб функціонування структурних елементів будь-якої інформаційної системи — це:**

- а) засіб отримання повноважень суб'єктами;
- б) організація інформаційної діяльності цієї системи;
- в) механізм зовнішньої комунікації системи;
- г) механізм внутрішньої комунікації системи.

**9. У пострадянському суспільстві вдається трансформувати фінансовий капітал у політичний вплив завдяки:**

- а) науковим дослідженням і аналітичним розробкам;
- б) впровадженню новітніх технологій зв'язку;
- в) цілеспрямованій інформаційній діяльності із залученням ЗМІ;
- г) порушенню прав інтелектуальної власності.

**10. Раціональний підхід до прийняття рішень — це вибір:**

- а) зроблений під впливом відчуття, що він правильний;
- б) зумовлений знаннями і нагромадженим досвідом;
- в) що обґрунтовується за допомогою об'єктивного аналітичного процесу;
- г) зроблений під впливом стороннього примусу.

### Варіант 9

**1. Повідомлення про стан якогось об'єкта, подані у зручній для обробки формі, — це:**

- а) дані;
- б) інформація;
- в) інформаційний шум;
- г) знання.



**2. Універсальним засобом документального викладення мови є:**

- а) літери;
- б) ієрогліфи;
- в) символи;
- г) “вузликова” писемність.

**3. Ментальна конструкція, що застосовується для прийняття рішень без всебічного аналізу інформації, — це:**

- а) стереотип;
- б) настанова;
- в) “принцип соціального доказу”;
- г) “стереотип авторитету”.

**4. Отримання суб’єктом заздалегідь наміченої інформації довідкового характеру — це:**

- а) функція пошуку даних;
- б) функція оперативної поінформованості;
- в) дослідницька функція;
- г) ознайомча функція.

**5. Багатовимірна ієрархія коду повідомлення втілена у моделі комунікації, запропонованій:**

- а) К. Шенноном;
- б) Р. Якобсоном;
- в) Ю. Лотманом;
- г) К. Шенноном, Р. Якобсоном і Ю. Лотманом одночасно.

**6. Документ, що від імені держави видається власнику і засвідчує його виключне право на використання винаходу, — це:**

- а) атестат;
- б) патент;
- в) ліцензія;
- г) декларація.

**7. Прямий порядок підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів містить такі етапи роботи:**

- а) загальне ознайомлення з проблемою, збирання фактів, тлумачення фактів, побудова гіпотези, викладення напрацьованого матеріалу;
- б) загальне ознайомлення з проблемою, збирання фактів, тлумачення фактів, висновки, викладення напрацьованого матеріалу;
- в) загальне ознайомлення з проблемою, збирання фактів, тлумачення фактів, побудова гіпотези, висновки, викладення напрацьованого матеріалу;
- г) загальне ознайомлення з проблемою, визначення понять, що використовуються, збирання фактів, тлумачення фактів, побудова гіпотези, висновки, викладення напрацьованого матеріалу.

**8. Формування законодавчих важелів регулювання є характерною ознакою такого ієрархічного рівня організації інформаційної діяльності:**

- а) індивідуального;
- б) підприємства;
- в) національного;

г) міжнародного (глобального).

**9. Інформація щодо певних ринків, детальна інформація стосовно товарів і послуг, вузькоспеціалізована інформація у сфері технологій та їх фінансово-економічного забезпечення посідає провідне місце серед інформаційних потреб:**

а) органів державної та місцевої влади, місцевого самоврядування та галузевого управління;

б) громадян (фізичних осіб);

в) комерційних організацій — юридичних осіб і підприємців — фізичних осіб;

г) некомерційних організацій — юридичних осіб.

**10. Теорія очікуваної вигоди:**

а) висвітлює механізм визначення типу рішень;

б) стверджує, що прийняття рішень не залежить від способу подання інформації;

в) стверджує, що прийняття рішень залежить від способу подання інформації;

г) описує механізм “огруплення мислення”.

### Варіант 10

**1. Перевірений практикою результат пізнання дійсності, її відображення у свідомості людини — це:**

а) дані;

б) інформація;

в) інформаційний шум;

г) знання.

**2. Визначенню “обмін інформацією між двома або більше суб’єктами” найбільше відповідає термін:**

а) бесіда;

б) повідомлення;

в) комунікація;

г) поштовий зв’язок.

**3. Сприйняття інформації як достовірної лише на підставі того, що вона подається особою, яку вважають авторитетним фахівцем у певній сфері, — це:**

а) стереотип;

б) настанова;

в) “принцип соціального доказу”;

г) “стереотип авторитету”.

**4. Отримання суб’єктом регулярних повідомлень про сучасну ситуацію — це:**

а) функція пошуку даних;

б) функція оперативної поінформованості;

в) дослідницька функція;

г) ознайомча функція.

**5. Референтивна (денотативна або когнітивна) функція комунікації орієнтована на передачу змісту повідомлення і пов'язана:**

- а) з повідомленням;
- б) контекстом;
- в) контактом між адресантом і адресатом;
- г) кодом.

**6. Об'єктами права інтелектуальної власності, згрупованими відповідно до сфер і механізмів їх функціонування, є:**

- а) об'єкти авторського права і суміжних прав та об'єкти права промислової власності;
- б) об'єкти права промислової власності та нетрадиційні об'єкти права інтелектуальної власності;
- в) об'єкти авторського права і суміжних прав та нетрадиційні об'єкти права інтелектуальної власності;
- г) об'єкти авторського права і суміжних прав, об'єкти права промислової власності та нетрадиційні об'єкти права інтелектуальної власності.

**7. Ключовим етапом під час підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів є:**

- а) загальне ознайомлення з проблемою;
- б) визначення понять, що використовуються;
- в) побудова гіпотези;
- г) викладення напрацьованого матеріалу.

**8. Відсутність єдиного суб'єкта, що є організатором процесу, характерна для такого рівня інформаційної діяльності:**

- а) індивідуального;
- б) підприємства;
- в) національного;
- г) міжнародного (глобального).

**9. Інформація щодо умов праці, відпочинку, інших аспектів життєдіяльності, дані про споживчі та цінові характеристики споживчих товарів і послуг тощо посідає провідне місце серед інформаційних потреб:**

- а) органів державної та місцевої влади, місцевого самоврядування та галузевого управління;
- б) громадян (фізичних осіб);
- в) комерційних організацій — юридичних осіб та підприємців — фізичних осіб;
- г) некомерційних організацій — юридичних осіб.

**10. Теорія перспективи:**

- а) висвітлює механізм визначення типу рішень;
- б) стверджує, що прийняття рішень не залежить від способу подання інформації;
- в) стверджує, що прийняття рішень залежить від способу подання інформації;
- г) описує механізм «огруплення мислення».