



Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та менеджменту

6038 Методичні вказівки

до практичних робіт

із дисципліни **«Інформаційний менеджмент»**
для здобувачів спеціальності *051 «Економіка»*
освітньої програми *«Економічна кібернетика»*
освітнього ступеня «магістр»
усіх форм здобуття вищої освіти

Суми
Сумський державний університет
2024

Методичні вказівки до практичних робіт із дисципліни «Інформаційний менеджмент» / укладач В. В. Койбічук. – Суми : Сумський державний університет, 2024. – 39 с.

Кафедра економічної кібернетики ННІ БіЕМ

Вступ

Інформаційний менеджмент являє собою науковий напрям, у контексті якого формується інформаційна політика сучасного періоду розвитку України в нових умовах цифровізації та глобалізації.

Інформаційний менеджмент охоплює всі загальні концепції управління: планування, організацію, структурування, оброблення, контроль, оцінювання та звітність інформаційної діяльності. Це необхідно для задоволення потреб тих осіб, які мають організаційні ролі або функції, залежать від інформації. Крім того, управління інформацією тісно пов'язане з управлінням даними, системами, технологіями та процесами в межах існування соціально-економічних об'єктів (підприємств, фірм, організацій, банків).

Мета дисципліни «Інформаційний менеджмент» – формування базових знань щодо застосування принципів та методів у сфері управління інформаційними ресурсами, комплексного оцінювання ефективності локальних і корпоративних інформаційних систем за функціональними характеристиками, за різними методиками, а також формування системи спеціальних знань щодо застосування фундаментальних принципів та методів у сфері управління інформаційними ресурсами.

Завдання дисципліни – вивчення теорії, вітчизняного й світового передового досвіду, набуття практичних навичок з управління інформаційною діяльністю соціально-економічних об'єктів.

Очікувані результати навчання (РН) навчальної дисципліни:

РН1 – знати сутність, зміст і значення інформаційного менеджменту в системі менеджменту підприємства; сутність, класифікацію та особливості інформаційних ресурсів як економічної категорії;

РН 2 – визначати вплив інформаційних ресурсів на конкурентоспроможність підприємства;

РН 3 – визначати вплив інформаційних ресурсів на конкурентоспроможність підприємства.

Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів (ПР), що

зазначені у Стандарті вищої освіти України ступеня «магістр», спеціальності 051 «Економіка» [1]:

ПР 2. Розробляти, обґрунтовувати та ухвалювати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності.

ПР 4. Розробляти соціально-економічні проєкти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень.

ПР 15. Розробляти соціально-економічні проєкти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень.

ПР 17. Розробляти соціально-економічні проєкти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень.

Загальні компетентності та соціальні навички, формування яких забезпечує навчальна дисципліна:

- здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

Практична робота 1

Національні інформаційні ресурси України в мережі «Інтернет»

Урядова та парламентська інформація в мережі «Інтернет»

Подання органами державної влади інформації в мережі «Інтернет» є одним із найбільш дієвих способів взаємодії влади й суспільства.

Сайт органу державної влади є відкритим і загальнодоступним інформаційним ресурсом, використання якого здійснюється безоплатно, однак сайт може містити також інформацію обмеженого доступу.

До сайту органу державної влади ставлять певні вимоги:

- подання інформації про орган влади, його місцезнаходження, наявність контактної інформації, визначення умов і форм використання матеріалів сайту;
- забезпечення цілодобового контролю за роботоздатністю сайту;
- із метою запобігання створенню неоднакових умов для різних користувачів для доступу до сайту не повинні ставитися завищені вимоги до апаратного та програмного забезпечення;
- додержання принципу поваги до практики інформаційного обміну в мережі «Інтернет» (відсутність відповідей на звертання громадян і організацій є неприйнятною практикою);
- обмеження на сайті органу державної влади інформації, джерелом якої є треті особи (якщо така інформація наявна, орган влади повинен визначити межі своєї відповідальності за її повноту та достовірність);
- кожен електронний документ повинен мати власну унікальну адресу, публікувати інформацію про дату його розміщення, а також забезпечувати довгочасне зберігання оновлюваної інформації;
- розміщення інформації про умови використання сайту.

Пошук *урядових ресурсів* України доцільно починати з урядового порталу України (<http://www.kmu.gov.ua>).

Повний список адрес *серверів парламентів* світу наведений на сайті Міжпарламентського союзу (www.ipu.org/english/parlweb.htm).

Пошук *парламентської інформації України* – із сайту Верховної Ради України (www.rada.gov.ua).

Інформаційні ресурси архівів у мережі «Інтернет»

Архіви зберігають найрізноманітніші види документів з усіх сфер суспільної та особистої діяльності: управлінську документацію, документи особового походження, картографічні документи, науково-технічну документацію, кіно-, фото-, фоно-, відеодокументи, документи церковних конфесій тощо. Метою функціонування сайтів архівних установ є популяризація архівної справи, розширення доступу громадян і організацій до архівних матеріалів, надання інтерактивних послуг, висвітлення діяльності архівних установ та змісту періодичних видань з архівної справи. Сайти архівів виконують такі функції: надання для широкого кола користувачів науково-довідкового апарату архівів, інформування про діяльність архівних закладів, надання інформації про склад і зміст архівних документів, подання законодавчої, нормативної та методичної бази функціонування архівних установ, висвітлення змісту публікацій (із повними текстами) з архівної справи.

Пошук інформації, наданої архівами України, можна починати з порталу «Архіви України» (<http://www.archives.gov.ua/>).

Бібліотечно-бібліографічні ресурси мережі «Інтернет»

У мережі «Інтернет» подано значну кількість бібліотечно-бібліографічних інформаційних ресурсів як у вигляді бібліотечної реклами, так і, власне, бібліографічної інформації, розміщеної в електронних каталогах. Крім того, бібліографічна інформація розміщується на серверах наукових і освітніх закладів, які надають доступ до своєї наукової продукції – періодичних видань в електронній формі, причому як на бібліографічному рівні, так і на повнотекстовому.

Бібліографічна інформація може надаватися також серверами видавництва та книготорговельних організацій, спеціальними службами, що забезпечують рефератами або анотаціями журнальних статей та інших друкованих матеріалів та інше.

Сайт найбільшої бібліотеки України – Національної бібліотеки України

ім. В. В. Вернадського (www.nbuv.gov.ua), який містить гіперпосилання на провідні бібліотеки світу і України.

Мета роботи: опанувати пошук національних інформаційних ресурсів України, наведених у мережі «Інтернет».

Хід роботи:

1. Ознайомитися з урядовими, парламентськими, архівними та бібліотечними ресурсами мережі «Інтернет» за наведеними адресами порталів.
2. Проаналізувати наведені ресурси. Порівняти склад і структуру інформаційних ресурсів, до яких надається доступ. Скласти порівняльну таблицю та надати опис відповідних категорій (заголовків в таблиці 1).

Таблиця 1 – Порівняльний аналіз офіційних ресурсів національного призначення

Тип (назва) ресурсу, web-адреса	Доступ до електронного каталогу або пошук за сайтом	Доступ до повних текстів електронних документів	Посилання на інші інформаційні ресурси мережі «Інтернет»

3. Оформити звіт.

Практична робота 2

Оцінювання характеристик джерел інформації

Загальні відомості

Можливість та ефективність використання інформації обумовлена показниками її якості, серед яких репрезентативність, змістовність, достатність, доступність, актуальність, своєчасність, точність, достовірність.

Джерелами інформації є передбачені або встановлені законом носії інформації: документи та інші носії інформації, які являють собою матеріальні об'єкти, що зберігають інформацію, а також повідомлення засобів масової інформації, публічні виступи.

За періодичністю видання поділяють на такі:

- **неперіодичне** – виходить одноразово, їх повторення заздалегідь не передбачено (книги обсягом більше ніж 48 сторінок, брошури від 4 до 48 сторінок, матеріали конференцій);
- **періодичне** видання – видання, що виходять через певні проміжки часу, мають заздалегідь визначену щорічну кількість і назву нумерованих чи датованих, однотипово оформлених випусків, які не повторюються за змістом.

Інформаційні ресурси мережі «Інтернет» використовують в інформаційному забезпеченні з метою узагальнення наявних підходів і складання системного уявлення про предмет дослідження. Мережевим інформаційним ресурсам властиві такі недоліки:

- неповнота, фрагментарність;
- неактуальність (поповнення і оновлення відбуваються епізодично, може бути подана застаріла і неточна інформація);
- необов'язковість (ресурс може з'являтися і зникати, для періодичних – затримуватися з виходом, переставати підтримуватися та ін.).

До джерел інформації ставляться такі вимоги:

- оперативність – поява і поширення інформації у стислі терміни;
- повнота – наявність усіх найбільш істотних даних, що характеризують предмет повідомлення у всіх можливих аспектах;

- новизна – наявність максимальної кількості нових відомостей, не відомих раніше;
- достовірність – наявність мінімуму перекручень (спотворень) порівняно з реально одержаними результатами або фактичним станом справ;
- стислість – властивість інформації бути поданою у мінімальному знаковому обсязі з максимальним збереженням змісту.

Хід роботи:

1. Визначити відносну цінність різних джерел інформації з погляду їх використання у системі інформаційного забезпечення управління.

2. Провести експертне опитування щодо того, якою мірою різні види джерел інформації задовольняють вимоги оперативності, повноти, новизни, стислості (використовують 5-бальну шкалу оцінювання).

Таблиця 1 заповнюється кожним студентом як екпертом.

Таблиця 1 – Оцінювання характеристик джерел інформації

Вимога	Вид джерела						
	засоби масової інформації	періодична література	неперіодична література	інтернет	урядові та відомчі акти, закони	Конференції, наради	джерела усної інформації
Оперативність							
Повнота							
Новизна							
Стислість							

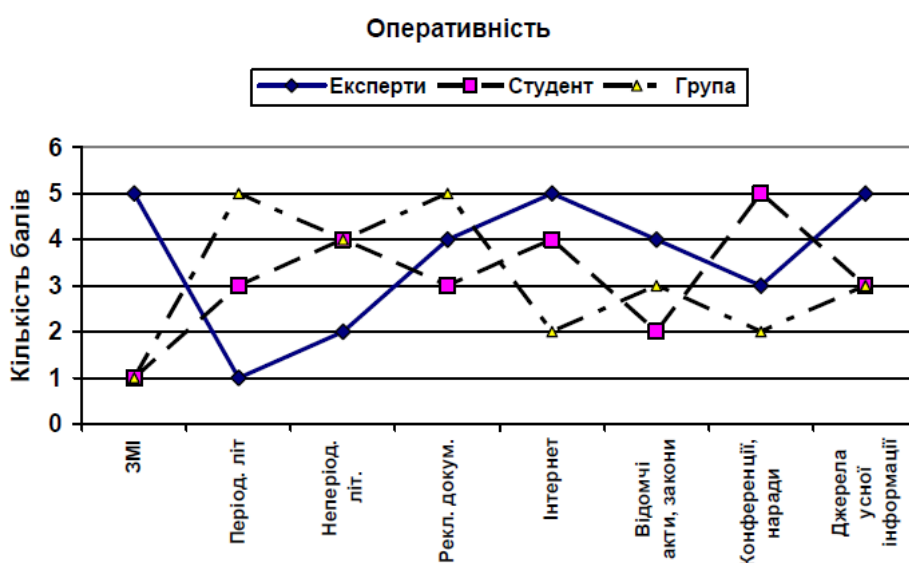
За результатами індивідуальної експертизи заповнити зведену табличну форму за кожним із видів вимог для висловлювань усіх експертів, якими є студенти групи, і таким чином одержати групове експертне оцінювання джерел інформації. У таблиці 2 наведено приклад заповнення експертних оцінювань на вимогу «оперативність».

Таблиця 2 – Оперативність

Вид джерела	Експерт			
Засоби масової інформації	1	2	...	N
Періодична література				
...				
Конференції, наради				
Джерела усної інформації				

У таблиці 3 наведено оцінювання експертів-професіоналів.

Виконати три парних порівняння: студент-група, студент-професіонали, група-професіонали. Побудувати графік, на якому відобразити власні оцінювання, оцінювання експертів-професіоналів, оцінювання групи студентів-експертів.



Таблиця 3 – Оцінювання експертів-професіоналів, балів

Вимога	Вид джерела							
	засоби масової інформації	періодична література	неперіодична література	рекламна документація	інтернет	урядові та відомчі акти, закони	конференції, наради	джерела усної інформації
Оперативність								
Повнота								
Новизна								
Стислість								

3. Оформити звіт.

Практична робота 3

Порівняння і вибір систем автоматизації різних класів

Мета роботи:

- Навчитися розрізняти класи інформаційних систем і давати характеристику кожного класу.
- Навчитися вибирати системи різних класів для автоматизації описаної діяльності.
- Зрозуміти, у чому полягають особливості інформаційних систем різних класів.
- Розглянути компанії-представники систем різних класів на сучасному ринку автоматизації.
- Навчитися виділяти позитивні та негативні ознаки використання систем того чи іншого класу.

Завдання для виконання:

1. Ознайомтеся з діяльністю компанії відповідно до вашого варіанта.
2. Сформулюйте, у чому полягає основна діяльність компанії.
3. Опишіть завдання і цілі бізнесу.
4. Виділіть основні бізнес-процеси в компанії та цілі їх автоматизації.
5. Виберіть класи інформаційних систем, які необхідні для автоматизації виділених бізнес-процесів. Обґрунтуйте свій вибір, покажіть відповідність функцій, властивих для систем вибраних класів і завдань, що вирішуються в межах виділених бізнес-процесів.
6. Знайдіть 3 представників систем вибраних класів у мережі «Інтернет», визначте функціональність пропонованих систем і найкращу за функціональністю систему [3].

Звіт необхідно оформити за таким планом:

1. Основна діяльність компанії полягає в:
2. Мета і завдання бізнесу:

Мета	Завдання

3. На підприємстві існують такі бізнес-процеси:

- *один*
- *два*
- *три*
- *чотири*

4. Цілі автоматизації виділених бізнес-процесів на підприємстві:

а) Цілі, спрямовані на досягнення прямого ефекту;

- *перша*
- *друга*

б) Цілі, спрямовані на досягнення непрямого ефекту.

5. Вибір класів систем автоматизації та обґрунтування вибору:

- *перша*
- *друга*

6. Вибір класів систем автоматизації та обґрунтування вибору:

Клас систем	Обґрунтування вибору певного класу систем

7. Представники систем вибраних класів:

Система 1

Найменування:

Поточна версія:

Реалізована в системі функціональність:

Система 2

Найменування:

Поточна версія:

Реалізована в системі функціональність:

Система 3

Найменування:

Поточна версія:

Реалізована в системі функціональність:

8. Висновок про вибір системи для автоматизації описаної діяльності.

Вибір підприємства для виконання практичних робіт 3–6 потрібно здійснити за допомогою функції MS Excel Randombetween (1;100) серед підприємств, які визначені як ТОП-100 компаній України у 2023 році та як найкращі підприємства за методикою аналітичної компанії Ukrainian Business Award (UBA) за допомогою комплексного аналізу їх позиції на ринку країни [2].

Практична робота 4

Розроблення плану управління ризиками проєкту автоматизації компанії

Мета роботи:

- З'ясування поняття ризиків та їх класифікації при автоматизації діяльності підприємств.
- Набуття навичок ідентифікації ризиків, здатних вплинути на проєкт автоматизації.
- Аналіз можливих наслідків, які можуть виникнути в разі виникнення ризикових ситуацій за різних стратегій автоматизації;
- Набуття навичок щодо оцінювання ризиків, що виникають після впровадження ІС на підприємстві;
- Вивчення планування реагування на ризики.

Завдання для виконання:

Розробити план управління ризиками проєкту автоматизації компанії.

1. Провести ідентифікацію ризиків проєкту автоматизації [3]:

1.1. Скласти список ризиків або умов виникнення ризиків.

1.2. Описати ознаки ризиків, за якими їх можна ідентифікувати.

2. Оцінити ризики проєкту автоматизації (якісні та кількісні оцінки):

2.1. Оцінити ймовірність виникнення і впливу ризиків на проєкт автоматизації.

2.2. Визначити ступінь важливості кожного ідентифікованого ризику (розставити пріоритети реагування на ризики) і впорядкувати список ризиків за пріоритетами.

2.3. Визначити ризики, що вимагають якнайшвидшого реагування і більшої уваги, а також вплив їх наслідків на проєкт.

2.4. Визначити ймовірність невиконання планових термінів і бюджету.

2.5. Визначити необхідні резерви.

2.6. Визначити передбачувані терміни закінчення проєкту автоматизації з урахуванням ризиків.

3. Виконати планування реагування на ризики:

3.1. Визначити можливі способи реагування для кожного ризику (уникнення ризиків, передача ризиків, мінімізація ризиків, прийняття ризиків, альтернативний план).

3.2. Скласти план реагування на ризики.

Складіть звіт про виконану роботу за таким планом:

1. Підприємство «_____»

2. Короткий опис діяльності _____

3.

Ризикова ситуація	Заходи щодо зниження втрат від ризику			
	моніторинг	профілактика	управління ситуацією	ймовірність виникнення*, %
1.				
2.				
3.				

4. Складіть «План управління ризиками проекту автоматизації компанії».

* % ймовірності виникнення ризикової ситуації показує, наскільки реально її виникнення на підприємстві після впровадження інформаційного проекту.

Практична робота 5

Стратегії автоматизації підприємств і способи придбання інформаційних систем

Мета роботи:

- Вивчення стратегій автоматизації діяльності підприємств та їх специфіки.
- Формування безлічі факторів, від яких може залежати рішення щодо вибору стратегії автоматизації.
- Аналіз можливих наслідків, які можуть виникнути в разі появи необхідності в зміні частини ІС за різних стратегій автоматизації.
- Знайомство і вивчення базових і змішаних способів придбання інформаційних систем на підприємстві.
- Формування безлічі факторів, від яких може залежати рішення щодо вибору способу придбання ІС або їх частин.

Завдання для виконання:

1. Прочитайте опис компанії.
2. Побудуйте функціональну матрицю для компанії.
3. Перерахуйте та опишіть наявні стратегії автоматизації, припускаючи, що вони реалізуються на вашому підприємстві.
4. Які наслідки (що необхідно буде зробити) в разі реалізації кожної зі стратегій автоматизації та виникнення такої ситуації:
 - a. перевантаження одного з програмних елементів системи;
 - b. перевантаження одного з технічних елементів системи;
 - c. ухвалення рішення через тривалий термін після початку експлуатації системи (наприклад через 2 з половиною 5 роки) про необхідність введення додаткового програмного компонента, який повинен буде взаємодіяти з декількома наявними програмними компонентами;
 - d. ухвалення рішення про розширення безлічі функцій наявного програмного компонента, який потребує інтеграції з іншими програмними компонентами;
5. Дайте характеристику, виділивши переваги й недоліки кожного з можливих способів придбання ІС з погляду компанії [4].

6. Сформулюйте для кожного із способів придбання ІС:

a. послідовність етапів, необхідних для реалізації певного способу на підприємстві (до початку фактичного впровадження);

b. зовнішні щодо компанії елементи оточення інформаційного менеджменту і характер взаємодії з ними під час ухвалення рішення про спосіб придбання ІС;

c. ролі внутрішніх учасників, які будуть задіяні в рамках аналізу альтернатив і ухвалення рішення про спосіб придбання ІС;

d. макронапрямки витрат на реалізацію способу придбання.

7. Назвіть критерії (фактори), їх сутність і важливість, які використовуються під час ухвалення рішення про спосіб придбання інформаційної системи на підприємстві.

8. Охарактеризуйте етапи, виділивши переваги й недоліки кожного із способів придбання з погляду здійснення їх експлуатації та супроводу.

9. Сформууйте звіт за запропонованим нижче планом.

План

1. Функціональна матриця діяльності компанії (табл.1)

Таблиця 1 – Функціональна матриця діяльності компанії

ПІДРОЗДІЛ 1	ПІДРОЗДІЛ 2	ПІДРОЗДІЛ 3

2. Характеристика можливих шляхів реалізації кожної з наявних стратегій автоматизації.

3. Характеристика можливих наслідків у разі реалізації кожної зі стратегій автоматизацій в разі настання різних подій (табл.2).

Таблиця 2 – Можливі наслідки у разі реалізації кожної зі стратегій автоматизацій

	А	В	С	Д
Самостійне розроблення				
Розроблення на замовлення				

Купівля				
Купівля + самостійне дороблення				
Купівля + дороблення на замовлення				

4. Переваги та недоліки реалізації різних способів придбання ІС на підприємстві (табл. 3).

Таблиця 3 – Переваги та недоліки реалізації різних способів придбання ІС на підприємстві

	Переваги	Недоліки
Самостійне розроблення		
Розроблення на замовлення		
Купівля		
Купівля + самостійне дороблення		
Купівля + дороблення на замовлення		

5. Характеристика способів придбання ІС (табл.4)

Таблиця 4 – Характеристика способів придбання ІС

	Спосіб 1	Спосіб 2
Послідовність етапів реалізації		
Зовнішні елементи оточення ІМ		
Внутрішні елементи оточення ІМ		
Макронапрямки витрат		

6. Фактори, що впливають на ухвалення рішення про спосіб придбання інформаційної системи.

7. Характеристика етапів експлуатації та супроводу (табл. 5).

Таблиця 5 – Характеристика етапів експлуатації та супроводу

	Переваги на етапах експлуатації та супроводу	Недоліки на етапах експлуатації та супроводу
Самостійне розроблення		
Розроблення на замовлення		
Купівля		
Купівля + самостійне дороблення		
Купівля + дороблення на замовлення		

Практична робота 6

Сукупна вартість володіння ІС на підприємстві

Мета роботи:

- Вивчити структуру сукупної вартості володіння інформаційною системою.
- Навчитися розраховувати і прогнозувати вартість володіння інформаційною системою на різних етапах життєвого циклу ІС.
- Навчитися робити порівняльний аналіз вартості володіння ІС залежно від різних внутрішніх і зовнішніх факторів, таких як стратегія автоматизації, спосіб придбання, ліцензійні політики та ін.

Завдання для виконання

1. Прочитайте опис компанії.
2. Використовуючи таблиці Excel, побудуйте порівняльні таблиці витрат на отримання кожної з видів систем на основі різних способів придбання.
3. Припускаючи, що компанія буде купувати ERP систему:
 - a. виділіть множину показників діяльності компанії, динаміка зміни яких упродовж етапу експлуатації та супроводу буде впливати на ліцензійну вартість ІС під час застосування різних політик ліцензування ІС, а також з огляду на вартість річної технічної підтримки, кількість звернень до служби підтримки та інші фактори;
 - b. проведіть порівняльний аналіз вартості ІС під час експлуатації та супроводу, виходячи з різних політик ліцензування та з урахуванням значень показників з пункту «а».
4. Здійсніть аналіз витрат компанії на експлуатацію та супроводження ІС залежно від того, хто здійснює експлуатацію (сама компанія, зовнішня компанія, змішана форма). Для цього необхідно:
 - a. виділити типи робіт (10–15), які будуть здійснюватися на цьому етапі з однією з ІС;
 - b. оцінити кількість виконаних робіт упродовж року;
 - c. зробити зведену таблицю, яка б дозволяла отримувати загальні суми витрат на виконання різних робіт;

d. провести однофакторний аналіз (тобто аналіз залежності результативної вартості від зміни одного з факторів) для одного з типів робіт і тієї вартості, яка буде виходити за 1 рік для різних моделей експлуатації ІС.

5. Виходячи з проведених розрахунків, запропонуйте для компанії шлях із мінімальною вартістю володіння ІС і поясніть те, чим ви керувалися під час пошуку певного шляху і чому шлях вийшов саме таким.

Звіт необхідно оформити за планом, наведеним нижче.

1. Таблиця 1 – Порівняльний аналіз вартості отримання ІС за способами придбання

Етап (напрямок)	Розроблення	Купівля	Купівля+добробка
РАЗОМ:			

2. Порівняльний аналіз вартості при різних політиках ліцензування.

3. Аналіз витрат компанії на експлуатацію та супроводження ІС.

4. Мінімальна вартість придбання ІС та методика її пошуку.

Загальні відомості щодо виконання практичних робіт 7–11

На основі виконаних завдань до практичних робіт необхідно також розробити вебсайт інформаційного продукту з використанням або конструктора, або мови програмування (за власним побажанням студента)

Практична робота 7

Інформація як товар. Розроблення «паспорта» інформаційного продукту

Мета роботи – набуття практичних навичок розроблення вимог до інформаційного продукту, здійснення аналізу та конфігурування інформаційного продукту.

Завдання до практичної роботи

Розробити вимоги до інформаційного продукту. Виконати аналіз інформаційного продукту. Визначити основні властивості, характеристики та виконати конфігурування продукту під окремий сегмент ринку. Розробити «паспорт» інформаційного продукту. Для цього:

1. Дайте оригінальну назву своєму інформаційному продукту. Вдала назва повинна однозначно відрізнити цей продукт від аналогів та давати потенційному споживачеві первинну уяву про призначення та властивості продукту.

2. Стисло визначте базову концепцію вашого інформаційного продукту. Для цього визначте та стисло сформулюйте основне призначення вашого інформаційного продукту, а також основні переваги та можливості, які він надає користувачеві.

3. Визначте та опишіть основні характеристики вашого інформаційного продукту. Дайте опис, зважаючи на потреби потенційного споживача, його основних елементів, переваг та особливостей.

4. Визначте цільову аудиторію споживачів вашого інформаційного продукту. За галузевою ознакою визначте коло пріоритетних клієнтів.

5. Сформулюйте вимоги до продукту з позиції компанії.

6. Під час рольової гри визначте вимоги до інформаційного продукту пріоритетних клієнтів.

7. Зіставте вимоги з двох попередніх пунктів. Усуньте розбіжності (пріоритет при цьому має погляд клієнта). Задokumentуйте функціональні вимоги.

8. На базі переліку функціональних вимог сформулюйте перелік технічних, інфраструктурних, цінових, часових та інших вимог до інформаційного продукту.

9. Скоригуйте за результатами виконання трьох попередніх пунктів основні значущі характеристики вашого інформаційного продукту.

10. Для подальшої побудови методики продажів визначте, які конкретні бізнес-потреби потенційних клієнтів задовольняє ваш інформаційний продукт. Визначте, в яких життєвих ситуаціях він буде їм корисним чи життєво необхідним.

11. Визначте можливі супутні продукти, які разом із вашим продуктом дозволяють здебільшого задовольнити потреби клієнтів.

12. Визначте основні конкуруючі продукти та їх основні переваги та недоліки.

13. Побудуйте матрицю продукт-особливість-цінність.

14. Визначте оригінальні та специфічні конфігурації продукту для різних сегментів вашої цільової аудиторії.

15. Визначте стратегію позиціонування продукту або себе як постачальника продукту.

16. Протестуйте конфігурації та позиціонування продукту в процесі рольової гри.

17. Оформіть звіт про виконання практичної роботи.

Вимоги до звіту: результати виконання практичної роботи занесіть до такої форми:

Паспорт продукту

Назва продукту: _____

Призначення продукту: _____

Основні характеристики продукту: _____

Цільові клієнти: _____

Бізнес-потреби клієнта, який реалізує продукт: _____

Типові життєві ситуації, в яких продукт потрібен чи життєво необхідний:

Додаткові опції, сервіси, конфігурації: _____

«Супутні» продукти: _____

Таблиця 4 – Конкуруючі продукти

Продукт	Переваги	Недоліки

Позиціонування продукту або постачальника продукту (якщо продукт «стандартний»): _____

Таблиця 5 – Матриця: продукт-особливість-цінність

Продукт	Особливості	Цінність

Таблиця 6 – Вимоги споживачів до продукту

Вимога	Обґрунтування

Таблиця 7 – Вимоги компанії до продукту

Вимога	Обґрунтування

Таблиця 8 – Конфігурації продукту

Цільовий сегмент	Конфігурації продукту

Висновки з роботи: _____

Питання до захисту практичної роботи:

1. З якою метою здійснюється конфігурування інформаційного продукту?
2. Які основні правила та принципи визначення необхідних характеристик інформаційного продукту?
3. Хто такі цільові клієнти / цільова аудиторія та як їх правильно визначити?
4. Які групи вимог ставлять до інформаційних продуктів?
5. Які інструменти дозволяють визначити вимоги зовнішніх клієнтів до інформаційного продукту?
6. За якими принципами досліджують конкуруючі продукти?
7. З якою метою будується матриця продукт-особливість-цінність?
8. Що таке стратегія позиціонування та як її правильно вибрати?
9. З якою метою досліджують життєві ситуації використання продукту?
10. Роль «супутніх» продуктів під час конфігурування інформаційного продукту.
11. У яких випадках позиціонується не продукт, а його постачальник?

Практична робота 8

Організація системи продажів в інформаційному бізнесі

Мета роботи – набуття практичних навичок побудови ефективної системи продажів інформаційних продуктів та послуг і побудови системи планування та контролю роботи торгового персоналу компанії сфери інформаційного бізнесу.

Завдання до практичної роботи:

Для побудови системи продажів в інформаційному бізнесі необхідно [5]:

1. Визначити перелік необхідних складових для організацій продажів інформаційних продуктів.
2. Визначити структуру та перелік функцій комерційного підрозділу.
3. Визначити потребу комерційного підрозділу в персоналі.
4. Здійснити первинний розподіл функцій та повноважень між співробітниками комерційного підрозділу.
5. Сформулювати вимоги до персоналу комерційного підрозділу.
6. Визначити систему показників для контролю роботи співробітників комерційного підрозділу.
7. Розробити структуру «воронки продажів» вашого інформаційного продукту.
8. Розробити систему мотивації для торгового персоналу компанії.
9. Сформувати план продажів інформаційних продуктів.
10. Розробити структуру звіту щодо роботи торгового персоналу компанії.
11. Визначити джерела та методи пошуку клієнтів для вашого бізнесу.
12. Сформулювати структуру бази даних потенційних клієнтів.
13. Сформувати первинний список потенційних клієнтів для вашого бізнесу.
14. Оформити звіт про виконання практичної роботи.

Висновки з роботи: _____

Питання до захисту практичної роботи

1. Що необхідно для того, щоб продати інформаційний продукт?
2. Основні вимоги до менеджера із продажів в інформаційному бізнесі.
3. Які функції виконує в інформаційному бізнесі комерційний підрозділ?
4. За якими показниками можна оцінити ефективність роботи торгового персоналу?
5. Що таке «воронка продажів» та яка її роль в організації роботи комерційного підрозділу?
6. Яка структура «воронки продажів» у вашому бізнесі?
7. Методи пошуку потенційних клієнтів.
8. Що у вашому бізнесі необхідно знати про потенційних клієнтів?
9. Як визначити необхідну кількість співробітників комерційного підрозділу?
10. Що повинні містити плани та звіти про роботу комерційного підрозділу та його окремих співробітників?
11. Як здійснюється взаємодія комерційного підрозділу з іншими структурними підрозділами у вашому бізнесі?

Практична робота 9

Розроблення методики продажу інформаційного продукту

Мета роботи – набуття практичних навичок розроблення ефективної методики продажу інформаційного продукту чи послуги, а також моделювання та оптимізації бізнес-процесу продажів.

Завдання до практичної роботи

Основне призначення методики продажу інформаційного продукту – надати торговому персоналу компанії в стисненому та зручному вигляді необхідну інформацію про продукт та передати систематизований кращий досвід продажів.

Для цього необхідно:

1. Визначити значущі для успішних продажів характеристики пропонованого продукту
2. Визначити бізнес-потреби клієнта, що задовольняють пропонований продукт.
3. Визначити життєві ситуації, в яких пропонований продукт необхідний клієнту.
4. Визначити методи виходу на осіб, що ухвалюють рішення.
5. Визначити основні аргументи на користь пропонованого вами продукту.
6. Визначити основні аргументи на користь вашої компанії.
7. Сформулювати перелік можливих заперечень потенційних клієнтів.
8. Розробити методи переконання та подолання заперечень потенційних покупців інформаційного продукту.
9. Сформулювати типові завдання співробітника на кожній стадії продажу продукту.
10. Розробити 1–2 сценарії розмови з клієнтом у процесі продажу продукту.
11. Розробити рекламний лист.
12. Розробити комерційну пропозицію.
13. Розробити відповіді на запитання щодо терміну окупності та економічного ефекту від придбання вашого продукту.
14. Розробити модель бізнес-процесу продажу інформаційного продукту.
15. Розробити регламент бізнес-процесу продажу інформаційного продукту.

16. Протестувати роботу бізнес-процесу та методики продажу в процесі рольової гри.

17. За необхідності внести зміни до елементів методики чи бізнес-процесу продажу.

18. Оформити звіт про виконання практичної роботи.

Висновки з роботи: _____

Питання до захисту практичної роботи

1. Які аргументи на користь компанії-постачальника є найбільш дієвими?
2. Як у компанії – потенційного клієнта – визначити осіб, які ухвалюють рішення?
3. Із чого складається процес продажів у вашому бізнесі?
4. Як вийти на спілкування з керівником компанії – потенційного клієнта?
5. У яких життєвих ситуаціях використання вашого продукту є найбільш ефективним?
6. Які основні правила розроблення сценарію розмови?
7. Які завдання клієнта вирішує ваш продукт?
8. Назвіть основні заперечення потенційного клієнта та методи їх подолання для пропонованого вами продукту.
9. Назвіть основні правила написання рекламного листа.
10. Назвіть основні аргументи на користь придбання вашого продукту та як їх можна підсилити?
11. Призначення та структура методики продажів інформаційних продуктів.
12. Яку структуру має типовий бізнес-процес продажу?

Практична робота 10

Розроблення технічного завдання на сайт/ портал та структури контенту сайту/ порталу компанії у сфері інформаційного бізнесу

Мета роботи – набуття практичних навичок формулювання вимог та розроблення концепції Інтернет-ресурсу компанії сфери інформаційного бізнесу.

Завдання до практичної роботи:

Під час практичної роботи вам необхідно розробити ефективну модель інтернет-ресурсу для вашого бізнесу.

Для цього необхідно:

1. Визначити місце сайту/ порталу в інформаційному бізнесі.
2. Визначити елементи бізнес-процесів, у яких повинен бути задіяним сайт/ портал.
3. Визначити конкретні оперативні завдання сайту/ порталу.
4. Визначити довгострокові завдання сайту/ порталу.
5. Визначити необхідний перелік функцій сайту/ порталу.
6. Розробити структуру контенту сайту/ порталу.
7. Розробити план наповнення сайту контентом.
8. Розробити один із елементів контенту.
9. Визначити перелік сервісів сайту/ порталу.
10. Сформулювати технічні вимоги до сайту/ порталу.
11. Розробити план розвинення сайту/ порталу.
12. Оцінити витрати на вдосконалення сайту/ порталу.
13. Усунути виявлені недоліки.
15. Оформити звіт про виконання практичної роботи.

Висновки з роботи: _____

Питання до захисту практичної роботи

1. Які бізнес-функції та бізнес-процеси реалізуються у вашій компанії за допомогою мережі «Інтернет»?
2. Які методи вдосконалення сайту на сьогодні є найбільш ефективними?
3. Типові помилки під час формування інформаційного наповнення сайту/порталу.
4. Назвіть основні ергономічні вимоги до сайту/порталу.
5. Які основні розділи має сайт/портал вашої компанії та їх призначення?
6. Які додаткові сервіси будуть корисними для відвідувачів вашого сайту?
7. У чому полягають переваги планування вдосконалення сайту/порталу?
8. Яких основних видів витрат зазнає компанія під час створення власного інтернет-ресурсу?
9. За рахунок чого може бути здійснена «монетизація» сайту/порталу?
10. Які коротко- та довгострокові завдання вашого бізнесу повинен вирішувати сайт/портал?
11. Які методи реклами сайту в мережі «Інтернет» є найбільш ефективними?
12. Як можна оцінити ефективність сайту/порталу?

Практична робота 11

Побудова системи планування і контролю

Мета роботи – набуття практичних навичок побудови системи планування та контролю в компанії сфери інформаційного бізнесу.

Завдання до практичної роботи

Під час виконання цієї практичної роботи вам необхідно побудувати систему планування і контролю роботи інформаційного бізнесу.

Для цього необхідно:

1. Сформувати перелік необхідних внутрішніх документів компанії.
2. Розробити структуру внутрішніх документів компанії.
3. Визначити ключові фактори успіху бізнесу.
4. Визначити ключові показники ефективності бізнесу.
5. Виконати декомпозицію показників ефективності для основних елементів оргструктури компанії.
6. Визначити необхідний перелік та структуру планів компанії.
7. Визначити необхідну інформаційну базу для планування роботи компанії.
8. Розробити план продажів інформаційного продукту та обґрунтувати його показники.
9. Розробити план розвитку бізнесу на 3–5 років.
10. Розробити річний план роботи одного зі структурних підрозділів компанії.
11. Запропонувати систему мотивації для 1–2 посад на підставі показників ефективності та показників виконання плану.
12. Оформити звіт про виконання практичної роботи.

Висновки з роботи: _____

Питання до захисту практичної роботи

1. Сформулюйте принципи побудови ефективної системи документообігу.
2. Яка інформація потрібна для планування роботи вашої компанії, роль такої інформації?
3. Назвіть правила побудови ефективних систем мотивації.
4. Із чого складається система управління ефективністю в інформаційному бізнесі?
5. Які правила визначення ключових факторів успіху бізнесу?
6. Чому для оцінювання ефективності бізнесу недостатньо фінансових показників?
7. Назвіть основні вимоги до системи показників для визначення ефективності бізнесу.
8. Обґрунтуйте структуру планових документів вашого бізнесу.
9. Обґрунтуйте структуру звітних документів вашого бізнесу.
10. За якими характеристиками може бути оцінена система планування і контролю в інформаційному бізнесі?
11. Особливості довгострокового планування розвитку інформаційного бізнесу.

Методичні рекомендації до розроблення вебсайту

Теоретична частина

Під час розроблення якісних вебсайтів будь-якого призначення, по-перше, слід дотримуватися положень Закону України «Про порядок функціонування вебсайтів органів виконавчої влади» [6], по-друге, загальних вимог User Experience Design (UX) [7], що стосуються інформаційної архітектури, проєктування взаємозв'язку, графічного дизайну та контенту.

Критеріями оцінювання інформаційних ресурсів (закон України «Про порядок функціонування вебсайтів органів виконавчої влади» [6]) є:

- інформаційна структура вебсайту;
- наявність мапи сайту;
- новини повинні розташовуватись на першій сторінці;
- необхідне зведення вебадрес сайтів до єдиного формату;
- повинні бути посилання на структурні підрозділи;
- повинні бути елементи управління, які допомагають змінювати кольоровий контраст сайту, розмір шрифту;
- наявність кількох мовних версій інтерфейсу та контенту сайту;
- організація доступу до електронної документації.

Основними вимогами та принципами User Experience Design є.

1. Принцип «Keep it short and simple» (KISS). Інтерфейс повинен бути простий і зрозумілий, завдання повинні вирішуватися мінімальною кількістю дій, усе повинно бути зрозумілим і очевидним.

2. Не змушувати думати. Потрібно уникати складних дій, які змушують користувачів думати.

3. Не відображати очевидне. Не варто показувати очевидні елементи інтерфейсу, потрібно зосередитися тільки на дійсно необхідних речах.

4. Співвідношення сигнал/шум. У кожному інтерфейсі є важливі елементи (сигнали) і незначні для певної частини системи (шум), природно, потрібно концентруватися на сигналах і уникати шуму.

5. Перевірена розробка краще модної. Не варто чіплятися за моду і робити це тільки тому, що так роблять інші, краще віддати перевагу перевіреним елементам інтерфейсу.

6. Звичні елементи управління. У будь-якому сучасному інтерфейсі є багато елементів управління, буде краще використовувати звичні елементи і візуальні образи.

7. Люди не читають, люди переглядають. Користувачі не люблять, не завжди мають час та змогу читати великі масиви текстів, не слід змушувати їх це робити.

8. Принцип розумного запозичення. Не варто винаходити велосипед для стандартних речей.

9. Гаманець Міллера. В одному функціональному блоці не може бути більше 5–7 елементів, інакше користувач не зможе утримувати інформацію в пам'яті.

10. Принцип групування. Інформацію на сторінці бажано розташувати кількома логічними блоками (групами) з метою більш зручного орієнтування.

11. Інтуїтивна зрозумілість. Розуміння краще запам'ятовування.

12. Усе корисне – на видноті. Усі важливі елементи інтерфейсу повинні бути на видноті та відповідним чином виділені.

13. Принцип 3 клацань. Повинно бути не більше 3 клацань для переходу з одного розділу в інший. Це ж правило застосовується до головної сторінки: будь-яка важлива інформація повинна бути доступна не більше ніж за 3 клацання.

14. Однорідність. У великих проєктах часто спостерігається однорідний функціонал у різних частинах сайту (наприклад, коментарі), він не повинен відрізнятися. Це ж стосується і стилю.

15. Способи вирішення завдання. Користувачам потрібно пропонувати шляхи вирішення їх завдань за допомогою інтерфейсу, ці способи повинні бути очевидні.

16. Принцип мостових перил. Цей принцип має на увазі захист користувачів від випадкових дій.

17. Правильний копірайтинг. Проектування інтерфейсу – це багато в чому копірайтинг, важлива кожна буква, особливо заголовки.

18. Принцип єдності. Налаштування та елементи управління потрібно намагатися не ховати в окремі розділи, а дати можливість керувати з одного місця, якщо це доречно.

19. Тренди. Варто враховувати сучасні тенденції, щоб інтерфейс не застарів ще до виходу проєкту, але підходити до цього вдумливо.

Практична частина

Розроблення вебсайту має ґрунтуватися на виконаних завданнях, що зазначені у практичних роботах 7–11: інформація як товар, розроблення «паспорта» інформаційного продукту (практична робота 7); організація системи продажів в інформаційному бізнесі (практична робота 8); розроблення методики продажу інформаційного продукту (практична робота 9); розроблення технічного завдання на сайт/ портал та структури контенту сайту/ порталу компанії у сфері інформаційного бізнесу (практична робота 10); побудова системи планування і контролю (практична робота 11).

Критерії оцінювання розробленого вебсайту

1. Сайт охоплює відповіді на всі завдання практичних робіт та відповідає вимогам User Experience Design (UX) на 100 %, має англomовну версію – 28–30 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

2. Сайт охоплює відповіді на всі завдання практичних робіт, відповідає вимогам UX на 75 %, має англomовну версію – 25–27 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

3. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних трьох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 100 %, має англomовну версію – 25–27 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

4. Сайт охоплює відповіді на всі завдання практичних робіт, відповідає вимогам UX на 50 %, має англomовну версію – 20–24 бали (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

5. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних трьох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 100 %, має англomовну версію – 20–24 бали (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

6. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних трьох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 75 %, має англomовну версію – 17–19 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

7. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних трьох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 50 %, має англomовну версію – 15–16 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

8. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних двох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 100 %, має англomовну версію – 15–16 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

9. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних двох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 75 %, має англomовну версію – 13–14 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

10. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних двох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 75 %, має англomовну версію – 11–12 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

11. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних двох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 50 %, має англomовну версію – 9–10 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

12. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних двох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 100 %, немає англomовної версії – 7–8 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

13. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних двох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 75 %, немає англomовної версії – 5–6 балів (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

14. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаних двох практичних робіт, відповідає вимогам UX на 50 %, немає англomовної версії – 3–4 бали (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

15. Сайт охоплює відповіді на завдання виконаної однієї практичної роботи, відповідає вимогам UX на 50 % – 1–2 бали (ураховують відповіді студента під час захисту роботи).

Список використаної літератури

1. Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», спеціальність 051 «Економіка». URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2020/03/051-ekonomika-M.pdf>
2. ТОП-100 компаній України 2023. URL: <https://uba.top/top-100/>
3. Найкращі книги та ресурси з управління ризиками. URL: <https://visuresolutions.com/uk/%D0%9A%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE-fmea-%D0%B7-%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%B8/%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%89%D1%96-%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B8-%D1%82%D0%B0-%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%83%D1%80%D1%81%D0%B8/>
4. Антонюк Б. П., Антонюк О. П. Технології інформаційного менеджменту : курс лекцій. Луцьк: Вежа-друк, 2022. 95 с.
5. Інформаційні технології в бізнесі. URL : <https://inteltech.com.ua/uk/blog/informaciyni-tehnologiyi-v-biznesi>
6. Закон України про Порядок функціонування веб-сайтів органів виконавчої влади. URL : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1022-02>.
7. The Information Management Body of Knowledge. URL : <https://www.imbok.info/>

Електронне навчальне видання

Методичні вказівки
до практичних робіт
із дисципліни **«Інформаційний менеджмент»**
для здобувачів спеціальності *051 «Економіка»*
освітньої програми *«Економічна кібернетика»*
освітнього ступеня «магістр»
усіх форм здобуття вищої освіти

Відповідальний за випуск К. Г. Гриценко
Редакторка Т. Г. Чернишова
Комп'ютерне верстання В. В. Койбічук

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 4,65. Обл.-вид. арк. 2, 15.

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Харківська, 116, м. Суми, 40007
Свідоцтво про внесення суб'єкта господарювання до Державного реєстру видавців,
виготовлювачів та розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8193 від 15.10.2024.