

**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ СТАТИСТИКИ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ**

**Кафедра інформаційних технологій**

**Томашевська Т.В.**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ  
РОБОТИ**

з дисципліни

**Інформаційний бізнес**

---

напрямок підготовки 0305 – "Економіка і підприємництво"

спеціальність 6.030502 "Економічна кібернетика"

факультет обліково-статистичний

Київ 2018 рік

**УДК**  
**ББК**

**Рецензенти:** Л.І. Бажан - зав. відділом економіко-соціальних систем Міжнародного науково-навчального центру інформаційних технологій і систем НАНУ та МОНУ канд. екон. наук, старший науковий співробітник

Розглянуто та рекомендовано до друку Вченою радою обліково-статистичного факультету НАСОНА. (протокол № 7 від 23 квітня 2018 р.)

Томашевська Т.В. Методичні вказівки для самостійної роботи з дисципліни "Інформаційний бізнес", денна форма навчання/ Національна академія статистики, обліку та аудиту. – К.: , 2018. – 21 с.

Подано теоретичні відомості та методологічні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни, зокрема, питань по темах програми дисципліни, які не розглядаються на лекціях та лабораторних роботах.

Для студентів спеціальності «Економічна кібернетика» рівень бакалавра 6.030502, денна форма навчання обліково-статистичний факультет.

Розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри інформаційних систем і технологій 22.02.2018 р., протокол № 7.

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Методичні матеріали та рекомендації є програмним документом з організації самостійної роботи студентів при вивченні курсу “Інформаційний бізнес” і призначені для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр” за напрямком підготовки 6.030502 – “бакалавр з економічної кібернетики”. Вони містять матеріали та поради, метою яких є допомогти студентам правильно організувати самостійну роботу.

**Мета курсу:** сформувати у студентів необхідний об’єм теоретичних знань про підприємницьку діяльність фірм інформаційного бізнесу і практичних навиків в області створення і комерційного розповсюдження інформаційних продуктів, технологій і послуг.

**Завдання курсу:**

- вивчення теоретичних засад формування інформаційного суспільства;
- отримання теоретичних знань про сферу індустрії інформації, як один з важливих секторів народного господарства України, і про основні види бізнесу в цій сфері;
- отримання знань щодо законів функціонування ринку інформаційних продуктів і послуг, класифікації пропонованої на цьому ринку продукції, принципів і методів ціноутворення, видах цін (як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку);
- набуття практичних умінь та навичок організації бізнесу в інформаційній сфері економіки;
- набуття навичок щодо основ і принципів управління підприємствами у сфері індустрії інформації в умовах ринкових відносин, що складаються.

**Предмет курсу:** організація підприємницької діяльності в інформаційній сфері економіки.

Для засвоєння програмного матеріалу використовують такі основні форми організації навчання як *лекції, лабораторні, виконання контрольних робіт та самостійна робота студентів.*

Формами підсумкового контролю знань з дисципліни є підсумкові модульні контролю у вигляді заліку. Вони проводяться у сесійний період з метою оцінки індивідуальних результатів навчання студентів шляхом оцінювання знань і практичних навичок.

## ЗАГАЛЬНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота студента (СРС) - це самостійна діяльність студента, яку він виконує за завданнями та під методичним керівництвом і контролем науково-педагогічного працівника без його прямої участі.

Згідно з державними стандартами навчальний матеріал навчальної дисципліни, передбачений робочим навчальним планом для засвоєння студентом в процесі самостійної роботи, виноситься на підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні навчальних занять. Самостійна робота студента над засвоєнням навчального матеріалу з конкретної дисципліни може виконуватися у бібліотеці вищого навчального закладу, навчальних кабінетах, комп'ютерних класах (лабораторіях), а також в домашніх умовах. Навчальний час, відведений для самостійної роботи, регламентується робочим навчальним планом і повинен згідно з Болонською декларацією становити не менше 50% загального обсягу навчального часу студента, відведеного для вивчення конкретної дисципліни. У необхідних випадках ця робота проводиться відповідно до заздалегідь складеного графіка, що гарантує можливість індивідуального доступу студента до потрібних дидактичних засобів. Графік доводиться до відома студентів на початку поточного семестру. При організації самостійної роботи студентів з використанням складного обладнання чи устаткування, складних систем доступу до інформації (наприклад, комп'ютерних баз даних, систем автоматизованого проектування тощо) передбачається можливість отримання необхідної консультації або допомоги з боку фахівця.

Самостійна навчальна діяльність студента може здійснюватись через:

- запам'ятовування певної інформації шляхом уважного слухання і конспектування лекцій; активної роботи під час практичних занять;
- роботу над конспектами лекцій, планами практичних занять;
- опрацювання літературних джерел (конспектування самостійно вивченого матеріалу, реферування);
- роботу з каталогами звичайних і електронних бібліотек, інформаційно-пошуковими сервісами *Internet*;
- вивчення навчального матеріалу за паперовими та електронними підручниками, навчальними посібниками, практикумами тощо;
- опрацювання матеріалу за першоджерелами, науковою і спеціальною літературою;
- підготовку доповідей, рефератів, написання курсових робіт; пошукову і науково-дослідну діяльність;
- самотестування.

*Самостійна робота студента під час лекції.* Лекційний матеріал призначається для спрямування студентів у найбільш раціональному напрямі щодо вивчення навчальної дисципліни і акцентуванні уваги на найбільш складних, вузлових питаннях навчальної дисципліни. Належне ведення конспекту під час лекції сприяє збереженню необхідної інформації та дає студенту змогу в подальшому проаналізувати її. За умови подання лекційного матеріалу в усній формі одночасно засвоюється до 20% інформації. Викладання інформаційних дисциплін в комп'ютерних класах або в аудиторіях, обладнаних мультимедійним обладнанням (наприклад, мультимедійним проектором або сенсорним екраном), водночас з демонстрацією студентам прийомів роботи з користувальницьким інтерфейсом програми дозволяє підвищити рівень засвоєння лекційного матеріалу до (50 - 60)%.

*Робота над конспектами лекцій, планами практичних занять.* При підготовці до практичних занять студент має спиратися на складений ним конспект лекції. При опрацюванні матеріалу лекції слід зіставити законспектований матеріал з планом практичного заняття, що міститься у методичних матеріалах для практичних занять або у навчально-методичному комплексі. Якщо у конспекті бракує матеріалу з окремих питань

лекції або недостатньо розкриті деякі питання практичного заняття, або вони винесені на самостійне опрацювання, студент повинен звернутися до рекомендованих підручників, навчальних посібників і відповідних методичних матеріалів. Підготовку для практичного заняття краще за все здійснювати з використанням ПЕОМ зі встановленим на ній відповідним програмним забезпеченням, яке можна отримати на кафедрі інформаційних систем і технологій НАСОА. За цієї можливості слід використовувати інтерактивні довідкові системи програм *MS Office* та інформаційно-пошукові системи *Internet*.

*Вивчення навчального матеріалу за підручниками, навчальними посібниками, методичними вказівками, опрацювання матеріалу за першоджерелами, науковою і спеціальною літературою.* Працювати із підручниками, навчальними посібниками, методичними вказівками, практикумами, науковою і спеціальною літературою незалежно від типу носія (паперового чи електронного) необхідно у такий спосіб, щоб отримати максимум теоретичних знань і навичок. При роботі з цими джерелами студент насамперед повинен ознайомитись з їх змістом, щоб визначити чи необхідно опрацювати обране джерело і чи має воно відношення до навчального курсу, що вивчається, і тільки після цього визначити послідовність його опрацювання і відібрати необхідний для вивчення матеріал (розділи тощо). В разі роботи з інтерактивними електронними джерелами слід використовувати можливості навігації по документам, що надаються сучасними програмами, призначеними для читання електронних документів відповідних форматів (*MS Word, Adobe Reader, Adobe Acrobat* та інш.) і, особливо, переваги гіпертекстової технології подачі навчального матеріалу, а саме - за допомогою гіперпосилань знаходити відповіді на поставлені питання. При опрацюванні матеріалу необхідно з'ясувати суть питання, що вивчається, не уникаючи при цьому визначення суті незрозумілих чи незнайомих слів, термінів. Саме інтерактивні гіпертекстові електронні джерела (довідки в складі програмних продуктів, електронні посібники та словники) дозволяють конкретизувати терміни та визначення як найшвидше. При вивченні матеріалу необхідно аналізувати прочитане, порівнюючи з прослуханою та законспектованою лекцією, робити логічні висновки, позначати незрозумілі положення з метою їх подальшого з'ясування на лекції або практичному занятті. Бажано відпрацювати зручну для себе певну систему позначень (позначки на полях конспекту, підкреслення маркерами різних кольорів, доповнення конспекту альтернативними формулюваннями та посиланнями на інші джерела тощо) та фіксації опрацьованого матеріалу. Сучасні текстові редактори (в першу чергу *MS Word*) та системи *Adobe Acrobat* надають можливість створення електронного конспекту з примітками, виносками, коментарями та його друку.

Для самостійного поглибленого вивчення навчального матеріалу студенту в першу чергу слід звертатися до наукової та спеціальної літератури, яка зазначена у навчально-методичному комплексі (НМК), але може бути знайдена й самостійно. Використання самостійно отриманих відомостей як у навчанні, так і на практиці є, безперечно, цінним здобутком діяльності студента на шляху формування свого професійного потенціалу.

*Робота з бібліотечними фондами та дистанційними джерелами з метою пошуку необхідної інформації.* Знання з інформатики відносяться до базової підготовки сучасної людини. Вони складають основу для подальшого засвоєння спеціалізованого програмного забезпечення за фаховою освітою і після закінчення навчального закладу застосовуватимуться в будь-якому виді діяльності. З позицій випереджаючої освіти навчання тільки за конспектом лекцій і основною літературою, вказаною у навчальній програмі, є недостатнім. У більшості випадків належна підготовка вимагає вмінь швидко знаходити та опрацювати необхідний матеріал за першоджерелами, науковою і спеціальною літературою та коректно цитувати знайдене. Перелік додаткової літератури, як правило, наводиться у НМК навчальної дисципліни. Тому завдання студента зводиться до самостійного знаходження цих матеріалів шляхом пошуку у паперових або електронних фондах бібліотек, а також у різноманітних файлових архівах, базах даних та базах знань, доступ до яких здійснюється за допомогою відповідних сервісів *Internet* (в основному – *Word Wide Web, FTP* та *UseNet newsgroups*).

Для пошуку документу використовуються різні його ознаки. В першу чергу це - реквізити документу - УДК:

Автор(и).

Заголовок опису.

Основний заголовок:

- відомості, що відносяться до заголовку/відомості щодо відповідальності;
- відомості щодо видання (в тому числі URL – адреса Web - документу або FTP - файлу);
- місце видання, дата видання;
- обсяг.

Для пошуку інформації у Internet служать різні класи пошукових засобів:

- каталоги (directories);
- підбірки посилань (bookmarks);
- пошукові машини (search engines);
- БД адрес електронної пошти (email addresses databases);
- засоби пошуку в архівах Gopher (Gopher archives);
- системи пошуку файлів (FTP search);
- системи пошуку новин (usenet news).

Самостійна робота має такі складові і форми їх оцінювання:

- підготовка та власне аудиторна робота під час практичних і лабораторних занять.

Результати її оцінюються під час поточного контролю;

- виконання самостійних робіт у формі рефератів з конкретних проблем та складання письмових звітів щодо виконаних самостійних завдань на електронних або паперових носіях або у формі усних доповідей;

- опрацювання програмного матеріалу зі змістового модулю та оцінка її результатів під час проміжного контролю;

- виконання письмової контрольної роботи або тестування.

## ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН КУРСУ

### **Змістовний модуль 1. Тенденції та проблеми розвитку інформаційного бізнесу.**

#### **Тема 1. Інформаційний бізнес і тенденції його розвитку.**

Основні елементи ринкової економіки та її інформаційна складова. Інформаційна сфера економіки та її структура. Класифікація видів інформаційної діяльності.

Концепція інформаційного суспільства. Роль інформатизації при переході до інформаційного суспільства. Інформаційна культура. Інформаційні тенденції. Роль держави у формуванні інформаційного суспільства.

Сутність інформаційного бізнесу. Інформаційні продукти і послуги. Функції інформаційного бізнесу. Середовище підприємництва. Модель інформаційного бізнесу. Особливості інформаційного бізнесу.

Класифікація організаційних форм інформаційного бізнесу. Венчурний бізнес в інформаційній сфері. Основні напрями удосконалення інформаційного бізнесу.

### **Змістовний модуль 2. Функціонування інформаційного ринку.**

#### **Тема 2. Поняття і закони розвитку інформаційного виробництва.**

Поняття інформаційного виробництва. Особливості кінцевого продукту інформаційного виробництва. Особливості процесу праці в інформаційному виробництві. Закони функціонування суспільного інформаційного виробництва. Основні принципи управління інформаційним виробництвом. Технологія формування і використання інформаційних ресурсів в інформаційному виробництві.

#### **Тема 3. Інформаційний ринок і механізм його функціонування.**

Поняття та структура інформаційного ринку. Механізм функціонування інформаційного ринку. Етапи та тенденції розвитку інформаційного ринку України.

### **Змістовний модуль 3. Організаційно-правові засади інформаційного бізнесу.**

#### **Тема 4. Організація власної справи в інформаційному бізнесі.**

Визначення, основні умови і принципи підприємництва. Види підприємницької діяльності. Організаційно-правові форми бізнесу. Переваги та недоліки організаційно-правових форм бізнесу. Засновники інформаційної фірми, їх функції.

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

#### **Тема 5. Франчайзинг як спосіб організації власної справи в інформаційному бізнесі.**

Поняття франчайзингу та його типи. Переваги та вади франчайзингу для франчайзера. Переваги та вади франчайзинга для франчайзі. Угода про пільгове підприємництво. Франчайзинг в інформаційному бізнесі.

### **Змістовний модуль 4. Організація та економіка інформаційно-обчислювальної фірми.**

#### **Тема 6. Організаційна структура фірми інформаційного бізнесу.**

Поняття організаційної структури. Фактори формування організаційних структур. Типи організаційних структур. Етапи побудови організаційної структури фірми. Визначення чисельності окремих категорій персоналу інформаційно-обчислювальної фірми.

#### **Тема 7. Виробнича система інформаційної фірми.**

Сутність виробничої функції. Проектування виробничої системи фірми.

Зміст і задачі наукової організації праці. Методи нормування праці та класифікація витрат робочого часу. Методи вивчення витрат робочого часу і встановлення норм виробітку. Нормування праці операторів ЕОМ. Особливості нормування праці програмістів. Нормування праці фахівців, зайнятих технічним обслуговуванням та ремонтом засобів ОТ.

### **Тема 8. Організація маркетингової діяльності в інформаційному бізнесі.**

Інформаційний маркетинг: визначення та особливості. Основні функції і стратегії маркетингу. Система маркетингової інформації. Процес маркетингового дослідження в інформаційній сфері. Аналіз життєвого циклу ІПП. Організаційно-структурні форми управління інформаційним маркетингом.

Особливості розрахунків зі споживачами інформаційних товарів та послуг. Види розрахунків. Захист виробників та споживачів інформаційних продуктів.

**Тема 9. Планування підприємницької діяльності та презентація фірми, що створюється.**

Бізнес-план, його функціональні ролі. Зміст і структура бізнес-плану. Послідовність складання бізнес-плану. Вимоги і правила щодо оформлення бізнес-плану.

Презентація: типи та особливості їх організації. Планування презентації. Методи підвищення ефективності презентації.



## Питання для самостійного вивчення

### Змістовний модуль 1. Тенденції та проблеми розвитку інформаційного бізнесу.

#### Тема 1. Інформаційний бізнес і тенденції його розвитку.

1. Розробка стратегії розвитку інформаційної інфраструктури об'єкта управління.
2. Управління зовнішнім інформаційним потоком як засобом підвищення конкурентоздатності фірми.
3. Формування інформаційного ринку України: стан, проблеми, перспективи.
4. Управлінська інформація: джерела, канали, аналіз, засоби та способи обробки.
5. Інформаційно-аналітична підтримка органів державної влади.
6. Огляд міжнародних і вітчизняних стандартів ІТ-індустрії.
7. Ініціативи (проекти) Євросоюзу у сфері інформаційних ресурсів.
8. Сучасні проблеми використання ІР у діяльності держави та суб'єктів господарювання.
9. Сучасний стан і проблеми реалізації державної політики щодо формування системи національних ІР України.

Література: основна [12; 23; 27; 30]; додаткова [4]; ресурси мережі Інтернет [6, 9].

### Змістовний модуль 2. Функціонування інформаційного ринку.

#### Тема 2. Поняття і закони розвитку інформаційного виробництва.

1. Аналітичний огляд методів визначення ефективності інформаційних систем.
2. Аналітичний огляд стандартів та методів організації проектування інформаційних систем.
3. Аналітичний огляд інструментальних засобів бізнес-моделювання при створенні інформаційних систем.
4. Аналітичний огляд інструментальних засобів бізнес-моделювання при створенні інформаційних систем.
5. Концепція інформаційної служби фірми в контексті розвитку інформаційного ринку.
6. Тенденції розвитку інформаційного бізнесу та його вплив на Інтернет-середовище.
7. Віртуальні підприємства в інформаційному бізнесі.
1. Інформаційна безпека та засоби її забезпечення (на об'єктах конкретної галузі за вибором студента, наприклад, в банках).
2. Організаційні, технологічні, правові та економічні проблеми використання комерційних інформаційних ресурсів.
3. Стандарти моделей зрілості як інструмент управління ІТ-інфраструктурою підприємства.
4. Методології управління ІТ як засіб синхронізації та узгодження бізнес-процесів із підтримуючими та забезпечуючими технологіями.

Література: основна [5; 8; 10; 14; 26]; додаткова [4, 5]; ресурси мережі Інтернет [9].

#### Тема 3. Інформаційний ринок і механізм його функціонування.

1. Аналіз інформаційного ринку і маркетингова стратегія.
2. Інформаційний споживчий ринок.
3. Проблеми та особливості формування ринку програмних продуктів в Україні.
4. Ліцензійна торгівля в галузі інформаційного обслуговування.
5. Інформаційні ресурси суспільства: класифікація, формування, захист, надання доступу.
6. Аналіз ринку маркетингових інформаційних систем в Україні.
7. Концепція ІІМ (Information Lifecycle Management) та її використання в управлінні інформаційними ресурсами.
8. Концепція і продукти РІМ (Product Lifecycle Management).

Література: основна [5; 14; 16]; додаткова [2, 6, 11].

### **Змістовний модуль 3. Організаційно-правові засади інформаційного бізнесу.**

#### **Тема 4. Організація власної справи в інформаційному бізнесі.**

1. Авторське право в інформаційній сфері.
2. Організація договірної роботи у структурах інформаційного бізнесу.
3. Аналіз систем управління документообігом на об'єкті.
4. Стратегія бізнесу та IT-стратегія: взаємозв'язок і взаємообумовленість.
5. Організація та проведення тендерів у сфері інформаційних технологій IT (на різних рівнях).
6. Комплексне управління інформаційними ресурсами підприємства на платформі Documentum.
7. Проблеми захисту інформації та інформаційної безпеки на підприємстві.
8. Угода про рівень обслуговування (SLA – Service Level Agreement) як основа взаємодії IT-служби підприємства і бізнес-підрозділів.

Література: основна [8; 13; 14]; додаткова [6, 8, 11].

#### **Тема 5. Франчайзинг як спосіб організації власної справи в інформаційному бізнесі.**

1. Методичні засади вибору та обґрунтування складу апаратних і програмних засобів.
2. Концепція сховищ даних та її застосування в аналітичних інформаційних системах (OLAP).
3. Інформаційна підтримка зовнішньоекономічної діяльності фірми.
4. Інформаційно-аналітична підтримка діяльності офісу.

Література: основна [1; 7; 22].

### **Змістовний модуль 4. Організація та економіка інформаційно-обчислювальної фірми.**

#### **Тема 6. Організаційна структура фірми інформаційного бізнесу.**

1. Порядок використання програмних засобів в інформаційних структурах.
2. Нові інформаційні технології та їх вплив на структуру галузі інформаційно-обчислювального обслуговування.
3. Аналітичний огляд методів визначення економічної ефективності функціонування структур інформаційного бізнесу (фірми, підрозділу).
4. Економічні аспекти взаємодії IT-підрозділу з бізнес-підрозділами на підприємстві (внутрішньофірмовий маркетинг).
5. Збалансована система показників (індикаторів) ефективності IT- підрозділу як система управління ним.
6. Сервіс-орієнтований підхід до створення IT-інфраструктури підприємства.

Література: основна [10; 14; 17; 24]; додаткова [8].

#### **Тема 7. Виробнича система інформаційної фірми.**

1. Функціонально-вартісний аналіз розробки програмних продуктів в інформаційному бізнесі.
2. Організація зберігання інформаційних ресурсів.
3. Тенденції розвитку корпоративних інформаційних систем.
4. Аналітичний огляд ERP-систем: особливості застосування та впровадження в Україні.
5. Аналітичний огляд CRM-систем (Customer Relationship Management): особливості застосування та впровадження в Україні.
6. Реінжиніринг бізнес-процесів та концепція нового системного проектування інформаційних систем.
7. Інформаційна підтримка процесу бюджетування на підприємстві.

8. Організація оплати праці у структурах інформаційного обслуговування.
9. Організація ремонту та технічного обслуговування засобів обчислювальної техніки.
10. Консалтинг в інформаційних технологіях: стан та перспективи, методи та засоби.

Література: основна [11; 18; 19].

#### **Тема 8. Організація маркетингової діяльності в інформаційному бізнесі.**

1. Організація збуту та просування інформаційного товару до користувача.
2. Методи оцінювання інформаційних потреб користувачів.
3. Життєвий цикл інформаційного товару (послуги) та завдання маркетингу на основних його етапах.
4. Інформаційно-аналітична підтримка маркетингової діяльності фірми.
5. Інформаційна підтримка життєвого циклу продукту на основі CALS-технологій (Continuous Acquisition and Life cycle Support).
6. Ціноутворення в інформаційному обслуговуванні.
7. Формування собівартості продукції (послуг) підприємств інформаційного бізнесу.
8. Використання Internet-маркетингу в діяльності фірми.
9. Web-портал як інструмент управління інформаційними ресурсами підприємства.
10. Технологія Клієнт-банк.
11. Технологія Інтернет-банкінг.
12. Технологія телебанкінг.
13. Технологія мобільний банкінг.

Література: основна [5; 6; 14; 22]; додаткова [3; 5; 9]; ресурси мережі Інтернет [1; 2; 3; 4; 9].

#### **Тема 9. Планування підприємницької діяльності та презентація фірми, що створюється.**

1. Розробка бізнес-плану інформаційно-обчислювальної фірми.
2. Внутрішньофірмове планування в інформаційному бізнесі.
3. Впровадження інформаційних технологій: спонтанність та планування.
4. Аудит інформаційних технологій на підприємстві.

Література: основна [3; 4; 7; 10; 19].

## ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ З ДИСЦИПЛІНИ "Інформаційний бізнес"

1. Аналіз ринку маркетингових інформаційних систем в Україні.
2. Блог як засіб просування послуг консалтингової фірми.
3. Віртуальні підприємства в інформаційному бізнесі.
4. Етапи розвитку інформаційної сфери економіки в Україні та їх характеристика.
5. Етапи та тенденції розвитку інформаційного ринку України.
6. Ініціативи (проекти) Євросоюзу у сфері інформаційних ресурсів.
7. Інформаційний бізнес: поняття, сутність, ознаки, особливості.
8. Інформаційні потреби і їх шляхи виявлення.
9. Інформаційні ресурси суспільства: класифікація, формування, захист, надання доступу.
10. Концепції інформаційного/ постіндустріального суспільства.
11. Механізм функціонування інформаційного ринку.
12. Міжнародне співробітництво у сфері інформатизації.
13. Організаційні, технологічні, правові та економічні проблеми використання комерційних інформаційних ресурсів.
14. Організація та проведення тендерів у сфері інформаційних технологій ІТ (на різних рівнях).
15. Поняття та структура інформаційного ринку.
16. Проблема формування інформаційної політики в Україні.
17. Проблеми захисту інформації та інформаційної безпеки.
18. Роль винаходу інформаційних технологій в історії світової цивілізації.
19. Світовий ринок інформаційних продуктів і послуг.
20. Середовище інформаційного бізнесу.
21. Споживацькі вимоги до інформаційної продукції.
22. Становлення інформаційної економіки.
23. Сучасні проблеми використання ІТ у діяльності держави та суб'єктів господарювання.
24. Тенденції розвитку інформаційного бізнесу та його вплив на Інтернет-середовище.
25. Технологізація соціального простору.
26. Технологічні рішення для електронного бізнесу.
27. Форми державного регулювання процесів інформатизації в розвинених країнах
28. Формування інформаційної культури.
29. Web-портал як інструмент управління інформаційними ресурсами підприємства.

## ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ з дисципліни "Інформаційний бізнес"

1. Основні сфери електронного бізнесу.
2. Поняття та основні характеристики економічної моделі електронного бізнесу.
3. Віртуальні підприємства.
4. Еволюція електронної комерції між підприємствами ("business to business" – B2B).
5. Функції електронної комерції між підприємствами.
6. Переваги електронної комерції "business to business" для бізнес-партнерів.
7. Перспективи розвитку електронної комерції "business to business" в Україні.
8. Сутність та особливості Internet-маркетингу.
9. Маркетингові дослідження в мережі Internet.
10. Реклама в електронній комерції та її ефективність.
11. Internet-реклама як вид інформаційного бізнесу.
12. Основні елементи ринкової економіки та її інформаційна складова.
13. Інформаційна сфера економіки та її структура.
14. Класифікація видів інформаційної діяльності.
15. Концепція інформаційного суспільства.
16. Роль інформатизації при переході до інформаційного суспільства.
17. Інформаційна культура
18. Інформаційні тенденції.
19. Роль держави у формуванні інформаційного суспільства.
20. Особливості інформаційної політики Японії.
21. Особливості інформаційної політики США.
22. Особливості інформаційної політики Європейського Співтовариства.
23. Канадський досвід побудови інформаційної магістралі.
24. Міжнародне співробітництво у сфері інформатизації.
25. Форми державного регулювання процесів інформатизації в розвинених країнах
26. Етапи розвитку інформаційної сфери економіки в Україні та їх характеристика.
27. Загальні положення та принципи державної політики інформатизації України.
28. Стан та розвиток інформатизації в Україні.
29. Сутність інформаційного бізнесу.
30. Інформаційні продукти і послуги.
31. Функції інформаційного бізнесу.
32. Середовище підприємництва.
33. Модель інформаційного бізнесу.
34. Особливості інформаційного бізнесу
35. Поняття інформаційного виробництва.
36. Особливості кінцевого продукту інформаційного виробництва.
37. Особливості процесу праці в інформаційному виробництві.
38. Закони функціонування суспільного інформаційного виробництва.
39. Основні принципи управління інформаційним виробництвом.
40. Технологія формування і використання інформаційних ресурсів в інформаційному виробництві
41. Поняття та структура інформаційного ринку.
42. Механізм функціонування інформаційного ринку.
43. Етапи та тенденції розвитку інформаційного ринку України
44. Класифікація організаційних форм інформаційного бізнесу.
45. Венчурний бізнес в інформаційній сфері.
46. Основні напрямки удосконалення інформаційного бізнесу.
47. Критерії оцінювання фірм інформаційного бізнесу

48. Визначення, основні умови і принципи підприємництва.
49. Види підприємницької діяльності.
50. Організаційно-правові форми бізнесу.
51. Переваги та недоліки організаційно-правих форм бізнесу.
52. Засновники інформаційно-обчислювальної фірми.
53. Установчі документи.
54. Державна реєстрація підприємництва
55. Варіанти входження в світ бізнесу.
56. Пошук ніші: вибір господарської ніші; вибір ринкової ніші.
57. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах і послугах.
58. Вибір юридичної форми бізнесу.
59. Вибір стратегії поведінки.
60. Вибір засобів реалізації підприємницької ідеї.
61. Ціновий вибір.
62. Вибір збутової поведінки.
63. Поняття франчайзингу та його типи.
64. Переваги та недоліки франчайзингу для франчайзера.
65. Переваги та недоліки франчайзингу для франчайзі.
66. Як стати франчайзі; самоаналіз; розгляд ринкових позицій франчайзингової системи; оцінка франчайзера; оцінка ділової пропозиції.
67. Правові аспекти: угода про пільгове підприємництво.
68. Франчайзинг в інформаційному бізнесі
69. Переваги та недоліки купівлі існуючого бізнесу.
70. Теоретичні засади оцінювання бізнесу.
71. Принципи оцінювання бізнесу. Процес оцінювання вартості бізнесу.
72. Методи оцінювання вартості фірми
73. Купівля, злиття і поглинання в інформаційному бізнесі
74. Бізнес-план та його функціональні ролі.
75. Зміст і структура бізнес-плану.
76. Послідовність складання бізнес-плану.
77. Вимоги і правила оформлення бізнес-плану.
78. Поетапний опис кампанії по залученню капіталу
79. Що таке презентація?
80. Типи презентацій та особливості їх організації.
81. Організація і планування презентації.
82. Основні етапи підготовки презентації.
83. Аналіз мети презентації.
84. Розробка головної ідеї.
85. Планування і прогнозування тривалості презентації.
86. Аналіз аудиторії та вибір стилю проведення презентації.
87. Розробка структури виступу.
88. Методи підвищення ефективності презентації.
89. Наочні матеріали у проведенні презентації
90. Поняття організаційної структури.
91. Фактори формування організаційних структур.
92. Типи організаційних структур.
93. Етапи побудови організаційної структури фірми.
94. Принципи створення хорошої організації.
95. Функції осіб, що керують фірмою
96. Визначення чисельності окремих категорій персоналу інформаційно-обчислювальної фірми
97. Сутність виробничої функції.

98. Структура виробничої системи.
99. Класифікація виробничих систем.
100. Проектування виробничої системи фірми.
101. Особливості проектування виробничої системи інформаційно-обчислювальної фірми.
102. Визначення виробничих потужностей і місця їх розташування.
103. Проектування підприємства.
104. Розробка виробничих операцій.
105. Зміст та задачі наукової організації праці.
106. Зміст та задачі охорони праці.
107. Правове забезпечення заходів щодо охорони праці в інформаційному бізнесі.
108. Нормативно-технічна документація з охорони праці в інформаційному виробництві.
109. Міжнародний досвід з розробки нормативних документів для користувачів ВДТ.
110. Система управління охороною праці в структурах інформаційного бізнесу.
111. Методи нормування праці та класифікація витрат робочого часу.
112. Методи вивчення витрат робочого часу та встановлення норм часу та норм виробітку.
113. Нормування праці операторів ЕОМ.
114. Нормування праці програмістів.
115. Методичні засади нормування праці програмістів.
116. Особливості нормування праці програмістів за допомогою Типових норм.
117. Особливості нормування праці програмістів з використанням Укрупнених норм.
118. Нормування праці фахівців, зайнятих технічним обслуговуванням і ремонтом засобів ОТ.
119. Інформаційний маркетинг (ІМ): деякі визначення та особливості.
120. Основні функції і стратегії маркетингу.
121. Концептуальне моделювання інформаційного маркетингу.
122. Система маркетингової інформації.
123. Процес маркетингового дослідження в інформаційній сфері.
124. Методи вивчення інформаційних потреб користувачів.
125. Методи аналізу інформаційного ринку, вивчення конкурентів.
126. Аналіз життєвого циклу інформаційних продуктів і послуг та його особливості.
127. Організаційно-структурні форми управління інформаційним маркетингом
128. Зміст та методи планування.
129. Організація планування виробничо-господарської діяльності інформаційних структур.
130. Роль маркетингу в плануванні.
131. Сутність, задачі і види планування.
132. Зміст і взаємозв'язок стратегічного, поточного і оперативного планування, їх нормативна база.
133. Принципи та порядок розробки виробничої програми.
134. Формування виробничої програми на основі виявленого попиту та укладених договорів.
135. Зміст і порядок розрахунку обсягів продажу різних видів інформаційних товарів.
136. Розробка бюджету фірми.
137. Організація договірних взаємовідносин зі споживачами інформаційних товарів (продукції, робіт, послуг).
138. Зміст та порядок укладання договорів на інформаційне обслуговування, розробку програмних засобів, проектів інформаційних систем та інше.
139. Визначення трудомісткості та вартості робіт, що виконуються.

## ТИПОВІ ЗАДАЧІ

### Задача 1

Електронний магазин призначений для збуту побутової техніки. Інформація, що використовується для висвітлення товарних позицій, містить наступне: назва товару; відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин порівняно з нормативними вимогами і протипоказаннями для вживання; правила і умови ефективного і безпечного використання. Які, на Вашу думку, властивості товарів повинні висвітлюватись обов'язково та не висвітлені в даному електронному магазині?

### Задача 2

Електронний магазин призначений для збуту продуктів харчування. Інформація, що використовується для висвітлення товарних позицій, містить наступне: назва товару; відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин порівняно з нормативними вимогами і протипоказаннями для вживання; ціну; умови придбання товарів. Які, на Вашу думку, властивості товарів повинні висвітлюватись обов'язково та не висвітлені в даному електронному магазині?

### Задача 3

Електронний магазин забезпечує виконання наступних функцій: сприяння споживачу у вільному виборі товарів і послуг; надання документів про якість, безпеку споживання споживчих товарів. Які, на Вашу думку, додаткові обов'язки продавця перед покупцем повинен виконати власник електронного магазину щоб даний перелік був повним?

### Задача 4

Деякий умовний підприємець вирішує проблему вибору майбутньої діяльності. Існує альтернатива: влаштуватися працювати в якусь компанію, де йому будуть платити 30000 грн. в рік або організувати власний бізнес. У нього є деяка ідея в області програмування, що дозволить будувати ефективний відеообраз відомих героїв казок, а також ідея сценарію для комп'ютерної гри.

Оцінка стратегічних потреб у такому виді продуктів показала, що можливий попит на нову відеогру видається як цілком надійний.

Умови, за яких підприємець планує розгорнути свою діяльність:

- середня ціна однієї дискети - 3 дол.; (a)
- матеріальні витрати на буклет - 5 дол.; (b)
- середньоринкова ціна продукту даного класу - 200 дол.; (c)
- оплата реклами - 100 дол. в місяць; (R)
- витрати на зв'язки з крамницями (включаючи витрати на транспорт) - 200 дол. в рік; (T)
- норма амортизації основних фондів (комп'ютерної техніки) - 25% в рік (виходячи з 4-х річного терміну), що складе 500 дол. в рік; (A)
- величина нормального доходу дорівнює середньодушовому доходу і складає 2400 грн. в місяць; (N)
- витрати, пов'язані з веденням бізнесу (ел. енергія, канц. товари) складає 200 дол. в рік.

На момент початку своєї діяльності умовний підприємець мав суму 2000 дол., купив 25 дискет і папір для буклетів; купив в розстрочку комп'ютер вартістю 2000 дол., заплативши початковий внесок 500 дол. з наступною виплатою 10% річних.

Розрахувати обсяг виробництва, що забезпечує підприємцю (як мінімум) нормальну величину доходу, тобто мінімально рентабельний обсяг випуску продукції (кількість комплектів відео ігор).



Протягом першого року підприємець до початкового запасу (25 дискет) купив ще 45 дискет і оплатив відповідну кількість буклетів. Протягом року виготовлено 55 комплектів гри.

На власні потреби підприємець вилучив 7314 дол.

Скласти баланс підприємства на кінець року по результатах діяльності за рік.

### **Задача 5**

Визначити норми часу на підготовку фактографічної довідки (за типовими нормативами). При підготовці довідки використовуються пошукові ознаки – ББК і прізвище автора, обсяг довідки: 14 машинодрукованих аркушів, кількість назв документів, які мають фактографічні дані: – 33 док.

Операції: 1. Пошук документів за ББК

2. Пошук документів за прізвищем автора

3. Підготовка фактографічної довідки

### **Задача 6**

Динаміка обсягу платних послуг населенню провайдерської фірми по кварталах 2008-2010 рр. характеризується даними, наведеними в табл.1.

Таблиця 1

Рік	Квартал	Обсяг платних послуг населенню (тис. грн.)
2008	I	37,5
	II	37,1
	III	86,9
	IV	101,5
2009	I	35,7
	II	47,1
	III	99,2
	IV	102,0
2010	I	39
	II	35,5
	III	99,2
	IV	90,5

Необхідно зробити прогноз щодо обсягу платних послуг населенню на I і II квартали 2011 р.

### **Задача 7**

Розрахувати за базовим рівнем моделі COCOMO трудовитрати (PM), і визначити час розробки (TM). Визначити середню чисельність персоналу (SS) і рівень продуктивності (P), якщо: розмір проекту, який розроблюється, оцінюється в 10 KLOC

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

### Базова

1. Андреев В. Е. Информационный бизнес : учебное пособие / В. Е. Андреев. – Ярославль : ЯрГУ, 2012. – 116 с.
2. Афролина С. В. Электронные деньги / С. В. Афролина – СПб. : Питер, 2001. – 128 с.
3. Берёза Н. В. Рынок информационных услуг: современные тенденции и перспективы развития : моно- графия / Н. В. Берёза. – М. : Директ-Медиа, 2014. – 180 с.
4. Бугорский В. Н., Фомин В. И., Кузнецова О. Б. Информационный бизнес. Учебное пособие. - СПб.: СПбГИЭУ, 2004. – 324 с.
5. Бугорский В. Н. Сетевая экономика: учебн.пособ. / В. Н. Бугорский. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 256 с.
6. Бугорский В. Н., Емельянов А. А., Порховник М. Ю. И др. Прикладная информатика в экономике: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГИЭУ, 2005. – 412 с.
7. Глушков В. М. Основы безбумажной информатики / В. М. Глушков. – Изд. 2-е, испр. – М. : Наука, 1987. – 552 с.
8. Глушков В. М. Основы экономики и организации машинной информатики / В. М. Глушков, Ю. М. Каньгин. – К. : ИК АН УССР, 1981. – 64 с.
9. Демин А. И. Информационная теория экономики / А. И. Демин. – М. : Палев, 1996. – 352 с.
10. Дубров А. М., Лагоша Б. А. и др. Моделирование рискованных ситуаций в экономике и бизнесе. М.: Финансы и статистика, 2003. – 505 с.
11. Економіка підприємства : підручник // за ред. С. Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
12. Електронна комерція: Навч. посібник / А.М. Береза, І.А.Козак, Ф.А. Шевченко та ін.. – К.: КНЕУ, 2002. – 326 с.
13. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2002. — 560 с.
14. Имери В. Как сделать бизнес в Internet / В. Имери. – К. : Диалектика, 1998. – 464 с.
15. Информационная экономика / Под ред. Э.С. Спиридонова, М.С. Клыкова. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2015. – 432 с.
16. Інформаційна економіка: моделювання еволюційних процесів / К. Ю. Кононова. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – с.234
17. Карминский А. М. Информатизация бизнеса / А. М. Карминский, П. В. Нестеров. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 415 с.
18. Карпінський Б.А. Інформаційний продукт: створення і реалізація.–Львів, 1994.– 173 с.
19. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс // пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
20. Кононова К. Ю.
21. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер // Под ред. Б. М. Пеньковой. – М. : Прогресс, 1990. – 736 с.
22. Кукин В. И. Информатика: организация и управление / В. И. Кукин. – М. : Экономика, 1991. – 176 с.
23. Лазарева С.Ф. Економіка й організація інформаційного бізнесу: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2000.
24. Лазарева С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу. Навчальний посібник / С. Ф. Лазарева. – К. : КНЕУ, 2002. – 213 с.
25. Меджибовська Н. С. Електронна комерція : навч. посібн. / Н. С. Меджибовська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 384 с.
26. Міщенко В.І. Електронний бізнес на ринку фінансових послуг : практич. посібн. / В.І. Міщенко, А.В. Шаповалов, Г.В. Юрчук – К. : КНЕУ, 2003. – 278 с.

27. Новиков В. Как работает венчурный капиталист. Компьютерное обозрение / В. Новиков. – 2000. – № 38. – С. 30–39.
28. Поппель Г. Информационная технология – миллионные прибыли. Пер. с англ. / Г. Поппель, Б. Голдстайн // под ред. В. В. Симакова. – М. : Экономика, 1990. – 238 с.
29. Рева В. Е. Коммуникационный менеджмент : учебно- методическое пособие / В.Е. Рева. – Пенза : Изд. ПГУ, 2003. – 145 с.
30. Рейнгольд Г. Умная толпа : новая социальная революция / Г. Рейнгольд. // пер. с англ. А. Гарькавого. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2006. – 416 с.
31. Твердохліб М. Г. Інформаційне забезпечення менеджменту : навч. посібник / М. Г. Твердохліб. – К. : КНЕУ, 2002. – 224 с.
32. Фомин В. И. Экономика информационного бизнеса и информационных систем : учебное пособие / В. И. Шейхетов. – СПб. : Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2014. – 248 с.
33. Чухно А.А. Інституціонально-інформаційна економіка. – К: КНЕУ, 2014. – 345 с.

#### **Додаткова**

1. Андрощук Г., Денисюк В. Франчайзинг: определения, преимущества, перспективы // Бизнес-информ.– 1997.– № 9.
2. Богданова Е. Л. Информационный маркетинг. Учебное пособие. – СПб.: АЛЬФА, 2000. – 205 с.
3. Галіцин В.К., Левченко Ф.А. Багатокористувацькі обчислювальні системи та мережі: навч. посібник – К.: КНЕУ, 1997. – 408 с.
4. Карминский А. М., Карминский С. А., Нестеров В. П., Черников Б. В. Информатизация бизнеса: концепции, технологии, системы. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 624 с.: ил.
5. Карпухина С. И. Защита интеллектуальной собственности и патентование. - М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. – 523 с.
6. Квинтин А. Наиболее эффективные методы внедрения систем управления. М.: Радио и связь, 1999. – 340 с.
7. Козье Д. Электронная коммерция: Пер. с англ. - Москва: Издательско- торговый дом "Русская редакция". 1999. – 288 с.
8. Коломієць Г.С., Миньковський А.П. Інформаційна продукція: ринок, маркетинг, підготовка кадрів.– К.: Либідь, 1991.– 173 с.
9. Мхитарян С. В. Маркетинговая информационная система. М.: ЭКСМО, 2006. – 538 с.
10. Попов В. Б. Основы информационных и телекоммуникационных технологий: Сетевые информационные технологии. М.: Финансы и статистика, 2005. – 493 с.
11. Симионов Ю. Ф., Бормотов В. В. Информационный менеджмент. Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 290 с.
12. Станворд Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе.– М., 1996.

#### **Ресурси мережі Internet**

1. Банковская карта [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Банковская\\_карта](http://ru.wikipedia.org/wiki/Банковская_карта).
2. Богданова С. Мобильный банкинг остается пока маркетинговым ходом финансового сектора / С. Богданова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.cnews.ru/reviews/free/banks2007/articles/mobile.shtml](http://www.cnews.ru/reviews/free/banks2007/articles/mobile.shtml).
3. Букин М. Электронные деньги – мобильный банкинг / М. Букин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.mobi.ru/Articles/288/Mobilnyi\\_banking.htm](http://www.mobi.ru/Articles/288/Mobilnyi_banking.htm).
4. Види платіжних карток, які емітовані українськими банками [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bank.gov.ua/Pl\\_syst/Pc\\_tabl\\_3.xls](http://bank.gov.ua/Pl_syst/Pc_tabl_3.xls).

5. Дані в обласному розрізі щодо кількості платіжних карток та інфраструктури їх обслуговування за станом на 01.10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bank.gov.ua/Pl\\_syst/Pc\\_tabl\\_5.xls](http://bank.gov.ua/Pl_syst/Pc_tabl_5.xls).
6. Дракер П. Следующая информационная революция / П. Дракер. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.consulting.ru/main/soft/texts/m2/013\\_revolution1.htm](http://www.consulting.ru/main/soft/texts/m2/013_revolution1.htm).
7. Журнал "Информационные технологии. Аналитические материалы" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://it.ridne.net>.
8. Интернет журнал Link Львівського сайту інформаційних техно-логій ITEL [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://itel.netfirms.com>.
9. Історія розвитку інформаційних технологій в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.icfcst.kiev.ua/MUSEUM/IT\\_u.html](http://www.icfcst.kiev.ua/MUSEUM/IT_u.html).
10. Историческая справка о банковских карточках [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.rbcard.com/history/hist\\_card.htm](http://www.rbcard.com/history/hist_card.htm).
11. Как упорядочить продажу денег [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.it-crm.ru](http://www.it-crm.ru).
12. Карточний процесинг ScroogeCards [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://lime-systems.com/produkt/ScroodeCards/prezentacija.html>.
13. Кількість та сума операцій з використанням платіжних карток [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bank.gov.ua/Pl\\_syst/Pc\\_tabl\\_2.xls](http://bank.gov.ua/Pl_syst/Pc_tabl_2.xls).
14. Корпоративні картки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.bmbank.com.ua/ua/to\\_corporate\\_clients/payment\\_cards/corporate\\_cards/](http://www.bmbank.com.ua/ua/to_corporate_clients/payment_cards/corporate_cards/).
15. НСМЕП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.-ansmer.kiev.ua>. 158. Основні показники ринку платіжних карток в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://bank.gov.ua/Pl\\_syst/Pc\\_tabl\\_1.xls](http://bank.gov.ua/Pl_syst/Pc_tabl_1.xls).
16. Переход к информационному обществу [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.stu.ru/inform/glaves/glava1/gl\\_1\\_1.htm](http://www.stu.ru/inform/glaves/glava1/gl_1_1.htm).
17. Пластиковые карточки как технический элемент информационных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.klubok.net/pageid7.html>
18. Уилсон Р. Ф. Шесть основных принципов вирусного маркетинга / Р. Ф. Уилсон [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ecommerce.com.ua/i-m/im9.html>.
19. Центр информационных технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.citmgu.ru>