

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Кафедра інформаційних технологій

**МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Програма та навчально-методичні матеріали до курсу
для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»
спеціальності «Документознавство
та інформаційна діяльність»

Харків – 2016

УДК [002.6+025.5](073)

ББК 78.6р30-2

М26

Друкується за рішенням ради факультету соціальних комунікацій (протокол № 8 від 22 лютого 2016 р.)

Рекомендовано кафедрою інформаційних технологій (протокол № 12 від 15 лютого 2016 р.)

Рецензенти :

Філіпова Людмила Яківна, професор кафедри інформаційно-документних систем, доктор педагогічних наук, професор, декан факультету соціальних комунікацій Харківської державної академії культури

Дмитренко Євгенія Валеріївна, доцент кафедри документознавства й української мови НАУ ім. М. С. Жуковського «ХАІ», кандидат філологічних наук, доцент

Розробник:

Шелестова Анна Миколаївна, канд. наук із соц. комунікацій, доцент кафедри інформаційних технологій ХДАК

М26

Методи та засоби інформаційної діяльності : прогр. та навч.-метод. матеріали до курсу для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність» / Харк. держ. акад. культури ; розроб. : А. М. Шелестова – Х. : ХДАК, 2016. – 92 с.

Навчальний курс «Методи та засоби інформаційної діяльності» є нормативним для підготовки студентів освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр за спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність». Зміст курсу розкриває: основи організації інформаційної діяльності на різних рівнях організаційних структур; закономірності функціонування інформації у будь-яких сферах суспільного життя, особливо у процесі управління; механізми задоволення інформаційних потреб різних категорій користувачів.

УДК [002.6+025.5](073)

ББК 78.6р30-2

© Харківська державна академія культури, 2016 р.

© Шелестова А. М., 2016 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 0201 Культура	Нормативна	
Модулів – 4	Напрямок підготовки: 6.020105 «Документознавство та інформаційна діяльність»	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 4		II-й	II-й
Загальна кількість годин – 150		Семестр	
		3-й–4-й	3-й–4-й
		Лекції	
Тижневих годин для денної форми навчання: 3-й семестр аудиторних – 3 4-й семестр аудиторних – 2 самостійної роботи студента – 2	Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр	39 год.	10 год.
		Практичні	
		32 год.	8 год.
		Семінарські	
		14 год.	–
		Самостійна робота	
		65 год.	132 год.
		Вид контролю: іспит	

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної роботи становить: для денної форми навчання – 85:65; для заочної форми навчання – 18:132

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Значення інформації, інформаційних ресурсів обумовлює необхідність вивчення інформаційної діяльності, яка є частиною суспільного виробництва і пов'язана з підготовкою інформаційних продуктів і послуг, що задовольняють окремі групи суспільних потреб. Досконале володіння інформацією все більше стає засобом цілеспрямованого впливу на інших суб'єктів або ж, навпаки, засобом активної протидії такому впливу, тому вже сьогодні організації ці функції покладають на інформаційних аналітиків та операторів або й на спеціальні підрозділи. Це вимагає підготовки сучасних професіоналів або підвищення кваліфікації відповідних працівників щодо організації інформаційної діяльності.

«Методи та засоби інформаційної діяльності» — нормативна навчальна дисципліна в системі фахових дисциплін бакалаврської освітньої програми напряму підготовки 6.020105 «Документознавство та інформаційна діяльність». Курс призначений для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр факультетів ВНЗ культури та мистецтва. Він є суттєвою складовою частиною комплексу фахових дисциплін, важливою ланкою професійного становлення фахівців галузі документознавства та інформаційної діяльності. Курс формує у студентів комплексне бачення закономірностей функціонування інформації у будь-яких сферах людської діяльності, особливо у процесі управління, розуміння ними механізмів задоволення інформаційних потреб користувачів інформації.

Оволодіння теоретичними засадами курсу дозволить сформувати у студентів базові знання інструментів, методів та принципів інформаційної діяльності. Важливою частиною як загальної, так і фахової освіти особистості поряд із засадами економічних, соціальних, екологічних відносин стають інформаційні відносини, які набувають особливої актуальності в умовах формування інформаційного суспільства в Україні.

Для майбутніх фахівців з документознавства та інформаційної діяльності розуміння та застосування на

практиці методів та засобів інформаційної діяльності є невід’ємною компонентою професійної компетенції.

Предметом вивчення курсу є цілісна система забезпечення руху інформації щодо задоволення інформаційних потреб суспільства та управління інформаційними ресурсами.

Мета навчальної дисципліни – сформування у студентів необхідного рівня компетенції в організації інформаційної діяльності у будь-якій сфері суспільного виробництва (підприємства, державні органи, політичні партії, бізнес-організації, інформаційно-документні заклади тощо) та набуття студентами необхідних якостей управління інформаційними ресурсами організації щодо відповідних критеріїв.

Завдання навчальної дисципліни:

- сформувати у студентів цілісну систему знань про методи та засоби інформаційної діяльності;
- надати понятійно-термінологічний апарат щодо інформаційної діяльності;
- дослідити соціальну обумовленість інформаційної діяльності та базисну роль процесів і інформатизації суспільства;
- розкрити внутрішню логіку та взаємозв’язок всіх категорій і систем інформаційної діяльності;
- висвітлити правові, етичні та психологічні аспекти інформаційної діяльності як сфери професійної діяльності;
- з’ясувати складові організації інформаційної діяльності в суспільстві;
- обґрунтувати завдання інформаційного сервісу як складової інформаційного суспільства;
- показати творчий характер інформаційно-аналітичного процесу щодо оціночної діяльності та прогнозування;
- узагальнити практику організації інформаційної діяльності у сфері управління (менеджменту);

– подати новітні досягнення інформаційних і соціальних наук у процесі побудови, передачі та сприйняття інформації і прийняття рішень.

Вимоги до знань, умінь та навичок

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

– терміносистему, принципи та еволюцію інформаційної діяльності;

– основні організаційні моделі, категорії та елементи системи інформаційної діяльності;

– методологію побудови системи інформаційної діяльності та методи визначення їх ефективності;

– механізми правової, етичної та психологічної підтримки ділових стосунків в сфері інформаційної діяльності;

– світовий досвід організації інформаційної діяльності та стан розвитку цієї сфери в Україні;

– проблеми створення комфортного інформаційного середовища на будь-яких щаблях суспільного розвитку і будь-яких сферах суспільного виробництва;

– принципи організації інформаційного сервісу та структуру інформаційного обслуговування;

– суть, принципи та інструментарій інформаційно-аналітичного процесу;

– завдання і складові організаційно-методичного забезпечення управління інформаційними ресурсами організації;

– роль інформаційного менеджменту в керівництві підприємством (організацією);

– призначення та області застосування інформаційних систем і технологій в управлінській діяльності;

– умови застосування основних методів забезпечення інформаційної безпеки.

вміти:

- оперувати основними поняттями інформаційної діяльності;
- характеризувати різні рівні організації інформаційної діяльності в суспільстві;
- визначати основні напрями політики організації в управлінні інформаційними ресурсами;
- оцінювати ефективність будь-яких варіантів інформаційного забезпечення різних сфер діяльності: наукової, виробничої, освітньої, управлінської тощо;
- вибирати і раціонально використовувати конкретні інформаційні та телекомунікаційні технології забезпечення інформаційної діяльності на своєму робочому місці;
- визначати потреби установи в кваліфікованих спеціалістах у галузі інформаційного забезпечення управлінської діяльності та організації інформаційного обслуговування і здійснювати відповідну політику по підбору та навчанню персоналу;
- оцінювати та раціонально організувати роботу підрозділу інформаційного та документаційного забезпечення управлінської діяльності;
- обґрунтовувати прогностичні оцінки розвитку інформаційної діяльності установи (підприємства, організації, інформаційно-документного закладу тощо);
- здійснювати функції інформаційного менеджера;
- організувати пошук, збирання та обробку даних і підготовку необхідної інформації для прийняття відповідних рішень.

мати навички:

- створення умов комфортного інформаційного середовища установи щодо задоволення інформаційних потреб користувачів (спеціалістів, управлінського персоналу, робітників, споживачів інформації тощо);

- аналізу особливостей реалізації інформаційного циклу при розв'язанні стандартних та нестандартних завдань;
- дослідження суспільних та особистих інформаційних потреб;
- визначення ціннісних показників інформації, що циркулює в організації або надається споживачам в результаті інформаційного обслуговування;
- запровадження різних форм інформаційного обслуговування та інформаційного забезпечення;
- підтримки якості інформаційних послуг, що надаються організації;
- створення інформаційно-аналітичних документів, особливо за умов дефіциту інформації;
- забезпечення інформаційної безпеки організації.

3. Програма навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна складається з 4 модулів, що містять 19 тем, зв'язаних між собою змістовими складовими.

Модуль 1 містить 7 тем

Змістовий модуль 1. «Теоретичні основи інформаційної діяльності»

Тема 1. Інформаційна діяльність: суть, історичний огляд, перспективи розвитку.

Тема 2. Інформаційний потенціал суспільства як базис інформаційної діяльності.

Тема 3. Інформаційна діяльність на інформаційному ринку.

Тема 4. Інформаційна діяльність як сфера професійної діяльності.

Тема 5. Інформація та інформаційна потреба як об'єкти інформаційної діяльності.

Тема 6. Суб'єкти інформаційної діяльності та їх потреби в інформації.

Тема 7. Методи дослідження інформації, інформаційних потреб як об'єктів інформаційної діяльності.

Модуль 2 містить 4 теми

Змістовий модуль 2. «Економіко-правові та етико-психологічні основи організації інформаційної діяльності»

Тема 1. Правові основи інформаційної діяльності.

Тема 2. Економічні основи інформаційної діяльності.

Тема 3. Морально-етичні цінності інформаційної діяльності.

Тема 4. Психологічна складова інформаційної діяльності.

Модуль 3 містить 7 тем

Змістовий модуль 3. «Структура організації інформаційної діяльності у суспільстві»

Тема 1. Особливості розвитку інформаційної сфери суспільства та організаційна структура інформаційної діяльності.

Тема 2. Міжнародні відносини в інформаційній сфері.

Тема 3. Сучасний стан інформаційних відносин в Україні.

Тема 4. Терміносистема інформаційного сервісу та теорія інформаційного обслуговування.

Тема 5. Завдання та структура інформаційного обслуговування.

Тема 6. Інформаційне обслуговування як система.

Тема 7. Інформаційно-аналітичний процес та його інструментарій.

Модуль 4 містить 2 теми

Змістовий модуль 4. Практика організації інформаційної діяльності у сфері управління (менеджменту)

Тема 1. Еволюція та принципи інформаційного менеджменту як системи управління інформацією в організації.

Тема 2. Концепції інформаційного менеджменту. Управління інформаційними потоками в організації.

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	сем	інд	с.р.		л	п	сем	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Змістовий модуль 1. «Теоретичні основи інформаційної діяльності»												
Вступ	1	1										
Тема 1. Інформаційна діяльність: суть, історичний огляд, перспективи розвитку	6	2				7	10					13
Тема 2. Інформаційний потенціал суспільства як базис інформаційної діяльності	6	1				6	10					13
Тема 3. Інформаційна діяльність на інформаційному ринку	6	1				6	10					13
Тема 4. Інформаційна діяльність як сфера професійної діяльності	8	2	8				6	2	4			
Тема 5. Інформація та інформаційна потреба як об'єкт інформаційної діяльності	10	2	8	6								
Тема 6. Суб'єкти інформаційної діяльності та їх потреби в інформації	7	2				6	10					13
Тема 7. Методи дослідження інформації інформаційних потреб як об'єкту інформаційної діяльності	7	2				6	12	2				13
Разом за змістовим модулем 1	51	13	16	6		31	58	4	4			65

Тема 5. Завдання та структура інформаційного обслуговування	15	2	8			6	12	2				13
Тема 6. Інформаційне обслуговування як система	2	2		8								
Тема 7. Інформаційно-аналітичний процес та його інструментарій	7	2	8				6	2	4			
Разом за змістовим модулем 3	42	14	16	8		18	40	6	4			36
Модуль 4												
Змістовий модуль 4. «Практика організації інформаційної діяльності у сфері управління (менеджменту)»												
Тема 1. Еволюція та принципи інформаційного менеджменту як системи управління інформацією в організації	2	2										
Тема 2. Концепції інформаційного менеджменту. Управління інформаційними потоками в організації	7	2				6	2					5
Разом за змістовим модулем 4	9	4				6	2					5
Усього годин	150	39	32	14		65	150	10	8			132

5. Зміст курсу

Модуль 1

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи інформаційної діяльності

Тема 1. Інформаційна діяльність: суть, історичний огляд, перспективи розвитку

Вступ. Мета і завдання курсу. Визначення поняття інформаційної діяльності в Законі України «Про інформацію». Визначення поняття інформаційної діяльності

в ДСТУ. Поняття «метод» по відношенню до інформаційної діяльності. Поняття «засіб» по відношенню до інформаційної діяльності. Предмет, об'єкт, суб'єкти інформаційної діяльності.

Основні історичні етапи розвитку інформаційної діяльності. Еволюційні та революційні зміни у розвитку інформаційної діяльності. Соціальна обумовленість інформаційної діяльності.

Перспективи розвитку інформаційної діяльності. Тенденції розвитку інформаційної діяльності. Пріоритетні напрямки інформаційної діяльності. Документи, що визначають засади розвитку інформаційної діяльності.

Тема 2. Інформаційний потенціал суспільства як базис інформаційної діяльності

Ресурс. Інформаційний ресурс за Законом України «Про інформацію». Інші визначення інформаційного ресурсу. Роль інформаційних ресурсів у сучасному суспільстві.

Інформаційний продукт – визначення із різних джерел. Приклади інформаційних продуктів. Інформаційна послуга – визначення із різних джерел. Приклади інформаційних послуг.

База даних – визначення. Різновиди баз даних та їх характеристики. Класифікація інформаційних послуг, що надаються на основі бази даних.

Значення інформаційного потенціалу для розвитку інформаційної діяльності.

Тема 3. Інформаційна діяльність на інформаційному ринку

Визначення інформаційного ринку. Місце інформаційної продукції та послуг в економіці згідно Закону України «Про інформацію». Історичні етапи розвитку інформаційного ринку.

Функціональний підхід до інфраструктури інформаційного ринку. Сектор інформаційного ринку.

Сегмент інформаційного ринку. Характеристика секторів інформаційного ринку.

Структура інформаційного ринку. Складові інформаційного ринку: інформаційна, організаційна, технологічна, технічна та нормативна.

Тема 4. Інформаційна діяльність як сфера професійної діяльності

Інформаційна діяльність має ключову роль в функціонуванні будь-якої соціальної системи. Універсальність інформаційної діяльності. Специфічність інформаційної діяльності. Інформаційна індустрія. Види інформаційної діяльності. Види інформаційної діяльності установи.

Виставка: визначення, значення, різновиди. Роль виставок у діяльності інформаційних установ. Виставкова діяльність як різновид інформаційної діяльності. Реклама: визначення, значення, різновиди. Роль реклами у діяльності інформаційних установ. Рекламна діяльність як різновид інформаційної діяльності.

Інформаційне агентство: визначення. Діяльність інформаційних агентств. Різновиди інформаційних агентств. Правила Флеша щодо формування інформаційних повідомлень. Засоби збору новин.

Тема 5. Інформація та інформаційна потреба як об'єкт інформаційної діяльності

Визначення інформації в різних науках. Визначення поняття «дані». Форми адекватності інформації. Міра інформації: семантична, прагматична, синтаксична. Якість інформації. Інформація як об'єкт інформаційної діяльності.

Потреба. Піраміда потреб А. Маслоу. Інформаційна потреба. Етапи формування інформаційної потреби. Мотиви формування інформаційної потреби. Механізм формування інформаційної потреби. Інформаційна потреба об'єкт інформаційної діяльності.

Тема 6. Суб'єкти інформаційної діяльності та їх потреби в інформації

Визначення суб'єкта інформаційної діяльності. Категорії суб'єктів інформаційної діяльності згідно ЗУ «Про інформацію». Виробники інформації. Користувачі інформації. Постачальники інформації. Власники інформації. Посередники, дилери інформації.

Інформаційні потреби виробників інформації. Інформаційні потреби користувачів інформації. Інформаційні потреби постачальників інформації. Інформаційні потреби власників інформації. Інформаційні потреби посередників, дилерів інформації.

Тема 7. Методи дослідження інформації інформаційних потреб як об'єкту інформаційної діяльності

Значення вивчення інформаційних потреб. Класифікація інформаційних потреб. Структура, властивості інформаційних потреб. Принципи вивчення інформаційних потреб. Формальна структура професійних інформаційних потреб.

Методологічні та організаційно-методичні задачі вивчення інформаційних потреб.

Методи вивчення інформаційних потреб. Загальнонаукові та спеціальні методи у вивченні інформаційних потреб. Види опитувань. Переваги та недоліки опитувань.

Модуль 2

Змістовий модуль 2. Економіко-правові та етико-психологічні основи організації інформаційної діяльності

Тема 1. Правові основи інформаційної діяльності

Необхідність правового регулювання інформаційної діяльності. Державні установи, що регулюють інформаційну діяльність.

Підходи історії появи інформаційного законодавства. Основні етапи розвитку інформаційного законодавства.

Сучасне законодавство України про інформаційну діяльність та інформаційну сферу.

Закон України «Про інформацію» – базовий документ, що регулює інформаційну діяльність. Основні положення Закон України «Про інформацію». Внесені зміни до Закону України.

Система законодавства України про інформатизацію. Визначення інформатизації. Проблеми, що існують в сфері інформатизації та шляхи їх вирішення.

Тема 2. Економічні основи інформаційної діяльності

Економічна ефективність починається із задоволення інформаційних потреб. Витрати на задоволення інформаційних потреб інформаційною установою. Часові витрати. Шкала задоволення інформаційних потреб. Критерії задоволення інформаційних потреб.

Показники рентабельності прибутку, що проявляються через облік витрат та додаткові вартість інформації.

Інформаційне виробництво. Напрямки підвищення економічної ефективності інформаційного виробництва та їх характеристики.

Тема 3. Морально-етичні цінності інформаційної діяльності»

Етика. Етика інформаційної діяльності. Норми поведінки. Етичні норми.

Інформаційне суспільство. Інформаційне суспільство вносить зміни в етику. «Окінавська Хартія Глобального Інформаційного Суспільства». Права та обов'язки в інформаційному суспільстві. Проблеми інформаційного суспільства. Характерні риси інформаційного суспільства.

Етика в системі управління. Якості управління. 3 види відповідальності в системі управління. Адміністративна етика. Основи формування професійної етики. Професійна етика як особлива галузь етики.

Тема 4. Психологічна складова інформаційної діяльності

Процес обміну інформацією і психологія. Викривлення інформації. Комунікаційний процес. Формально-логічний підхід у вивченні процесу комунікації. Загальна схема системи зв'язку. Формально-логічна модель комунікації К. Шеннона.

Психологічні причини викривлення інформації. Свідоме і несвідоме викривлення інформації, їх характеристики. Процес сприйняття інформації. Види пам'яті. Особистість в системі інформаційної діяльності. Психологічна сутність інформаційних потреб.

Модуль 3

Змістовий модуль 2. Структура організації інформаційної діяльності у суспільстві

Тема 1. Особливості розвитку інформаційної сфери суспільства та організаційна структура інформаційної діяльності

Дві основні моделі розвитку інформаційного суспільства: західна і східна. Основна риса політики європейських країн. Американський шлях формування інформаційного суспільства. Основа східної (Японія, Китай та інші країни) моделі розвитку інформаційного суспільства. Інші важливі перспективні напрями розвитку інформаційного суспільства. «Окінавська Хартія Глобального інформаційного суспільства».

Еволюція сфери інформаційної діяльності (або інформаційної сфери). Інформаційна діяльність сьогодні. Інформаційна діяльність в системі і єдності (реалізація принципу «все і про все в інформаційній діяльності»). Інформаційна діяльність – професійна робота зі збору, обробці, зберіганню, пошуку, розповсюдження, передачі інформації з метою задоволення інформаційних потреб.

Особливості розвитку інформаційної діяльності. Досвід організації інформаційної діяльності у світі. Організаційна структура інформаційної діяльності в Україні. Провідні інформаційні установи України. Організація інформаційної діяльності з точки зору її змісту та структури.

Тема 2. Міжнародні відносини в інформаційній сфері

Сутність міжнародної інформаційної діяльності. Правове становище і професійна діяльність акредитованих в Україні іноземних кореспондентів та інших представників іноземних засобів масової інформації.

Міжнародне співробітництво в галузі інформації з питань, що становлять взаємний інтерес. Державні органи та інші юридичні особи, які займаються інформаційною діяльністю.

Міжнародне співробітництво у сфері науково-технічної інформації. Діяльність іноземних фізичних та юридичних осіб в Україні у сфері науково-технічної інформації.

Міжнародне співробітництво у галузі зв'язку. Встановлення правових, організаційних, технологічних і фінансових відносин з міжнародними організаціями зв'язку, а також представництво України в цих організаціях. Міжнародне співробітництво в галузі зв'язку здійснюється на основі чинного законодавства та відповідних міжнародних договорів України.

Тема 3. Сучасний стан інформаційних відносин в Україні

Суть поняття «інформаційні відносини». Види та рівні інформаційних відносин. Фактори, що впливають на формування та розвиток інформаційних відносин в Україні. Принципи інформаційних відносин. Законодавство України щодо регулювання суспільних інформаційних відносин.

Проблеми розвитку та становлення інформаційних відносин в Україні. Шляхи вдосконалення системи суспільних інформаційних відносин. Перспективи розвитку інформаційних відносин в Україні з урахуванням вдосконалення інформаційних технологій.

Тема 4. Терміносистема інформаційного сервісу та теорія інформаційного обслуговування

Сервіс – комфортне обслуговування. Види сервісу. Інформаційний сервіс. Знання – продукт інформаційного сервісу. З точки зору інваріантності інформація – специфічне

явище світу. Потреба – каталізатор інформаційного сервісу. Інформаційний продукт. Форми прояву інформаційної культури.

Інформаційне обслуговування – метод інформаційної діяльності та професійна діяльність. задача інформаційного сервісу. Складові інформаційної культури інформаційного працівника.

Тема 5. Завдання та структура інформаційного обслуговування

Визначення інформаційного обслуговування. Завдання інформаційного обслуговування. Мета інформаційного обслуговування. Аспекти інформаційного обслуговування. Ознаки інформаційного обслуговування. Складові інформаційного обслуговування.

Процес інформаційного обслуговування. Інформаційні системи. Відкритість та динамічність інформаційних систем. Властивості інформаційного обслуговування як системи. Види інформаційного обслуговування: документографічне, фактографічне, концептографічне.

Тема 6. Інформаційне обслуговування як система

Поняття доступності інформації у законодавстві України. Проблема ціннісної ідентифікації інформації і її доступності в історії людства. Бар'єри доступності інформації. Роль інформаційного обслуговування у подоланні бар'єрів доступності інформації.

Співвідношення понять «комунікація», «соціальна комунікація», «інформаційне обслуговування». Компоненти інформаційного обслуговування як соціально-комунікаційного процесу: канали, засоби і форми комунікації користувача та інформаційної системи; роль інформаційного працівника у формуванні комунікаційного клімату інформаційної служби. Комунікаційна діяльність у процесі інформаційного обслуговування.

Поняття «навігації» у стратегії інформаційного пошуку. Технологія та види інформаційного пошуку.

Інформаційний запит і механізм його уточнення у процесі інформаційного пошуку. Інформаційна послуга як результат інформаційного пошуку.

Співвідношення понять «інформаційне середовище (сфера)» і «інформаційний простір». Параметри «часу» в інформаційному середовищі. Феномен подолання часу та простору в процесі інформаційного обслуговування.

Тема 7. Інформаційно-аналітичний процес та його інструментарій

Інформаційно-аналітичний процес у сфері управління. Результат інформаційно-аналітичної діяльності матеріалізується у формі будь-якого документа. Основні принципи організації інформаційно-аналітичного процесу. Достовірність повідомлення. Своєчасність повідомлення. Ясність повідомлення.

Прямий порядок підготовки інформаційно-аналітичних документів (“від загального — до часткового”). Зворотна послідовність підготовки інформаційно-аналітичних документів: побудова гіпотези — складання плану роботи — визначення (корекція) термінів і понять — (до)збір фактів — тлумачення фактів — корекція та доопрацювання гіпотези — висновки — виклад матеріалу. Проблема так званої «пастки часу». Засіб подолання «пастки часу».

Підхід до процедури підготовки документів, як процесу творчого мислення. Процес творчого мислення, на думку американського розвідника В. Плета, може бути представлений як послідовність стадій.

Оцінки ретроспективного, поточного або перспективного характеру. Пошукові та нормативні прогнози. За періодом упередження — проміжком часу, на який розраховано прогноз, — розрізняють оперативні (поточні), коротко-, середньо-, довго- та далекотермінові (наддовготермінові) прогнози.

Модуль 4

Змістовий модуль 4. Практика організації інформаційної діяльності у сфері управління (менеджменту)

Тема 1. Еволюція та принципи інформаційного менеджменту як системи управління інформацією в організації

Сфера інформаційного менеджменту – сукупність всіх необхідних рішень для управління на всіх етапах життєвого циклу підприємства, що включає всі дії та операції, пов'язані з інформацією у всіх її формах і станах, так і з підприємством в цілому. Завдання визначення цінності і ефективності використання не тільки власне інформації (даних і знань).

Завдання інформаційного менеджменту. Формування технологічного середовища інформаційної системи. Розвиток інформаційної системи та забезпечення її обслуговування. Планування в середовищі інформаційної системи. Формування організаційної структури у сфері інформатизації. Використання та експлуатація інформаційних систем. Формування інноваційної політики і здійснення інноваційних програм. Управління персоналом в сфері інформатизації. Управління капіталовкладеннями в сфері інформатизації. Формування та забезпечення комплексної захищеності інформаційних ресурсів. Управління інформаційними потоками.

Тема 2. Концепції інформаційного менеджменту.

Управління інформаційними потоками в організації

Інформаційний менеджмент – новий тип управління організацією. Основи інформаційного менеджменту. Основні концепції інформаційного менеджменту. Інформаційний менеджмент як елемент традиційного інформаційного обслуговування. Інформаційний менеджмент як комунікаційна політика установи. ІТ-менеджмент. Основа концепцій інформаційного менеджменту. Основна причина появи інформаційного менеджменту. Основні напрямки розвитку інформаційного менеджменту. Інформаційний менеджмент – інноваційна діяльність.

Інформаційний менеджмент базується на внутрішній інформації організації. Інформаційний моніторинг – основа діяльності організації. Інформаційний моніторинг та індикатори змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі організації.

Інформаційний менеджмент та управління інформаційними потоками. Види інформаційних потоків. Процес управління інформаційними потоками. Структура інформаційної системи. Типи інформаційних систем. В інформаційному менеджменті створюються управлінські інформаційні системи та системи підтримки прийняття рішень. Характеристика управлінських інформаційних систем та систем підтримки прийняття рішень. Експертні системи.

6. Завдання та методичні рекомендації до самостійної роботи студентів

Основними формами самостійної роботи студентів з курсу є:

Модуль 1.

Змістовий модуль 1. «Теоретичні основи інформаційної діяльності»

Тема 1. Інформаційна діяльність: суть, історичний огляд, перспективи розвитку

Самостійна робота 1: Соціальна обумовленість інформаційної діяльності – 7 год.

Мета: визначити соціальну обумовленість інформаційної діяльності.

Завдання:

1. Проаналізувати історію становлення інформаційної діяльності у суспільстві.
2. З'ясувати значення інформаційної діяльності для соціальної сфери.
3. Результати законспектувати та доповісти про них.

Література: [3, 5-7, 11, 17, 18, 23].

**Тема 2. Інформаційний потенціал суспільства
як базис інформаційної діяльності**

**Самостійна робота 2: Вплив інформатизації на
розвиток суспільства – 6 год.**

Мета: засвоїти сутність та ознаки інформатизації суспільства.

Завдання:

1. Проаналізувати зміст Окінавської Хартії Глобального Інформаційного Суспільства.
2. Знайти ознаки, що характеризують процеси інформатизації у суспільстві.
3. Результати законспектувати та доповісти про них.

Література: [3, 5, 7, 17, 18]

**Тема 3. Інформаційна діяльність
на інформаційному ринку**

**Самостійна робота 3: База даних як умова
створення інформаційних продуктів та виконання
інформаційних послуг — 6 год.**

Мета: засвоїти особливості та характеристики бази даних як бази для створення інформаційних продуктів та послуг.

Завдання:

1. Засвоїти підходи до визначення терміну «база даних».
2. Проаналізувати різні бази даних.
3. Визначити особливості та характеристики баз даних як підґрунті для створення інформаційних продуктів та послуг.
4. Про результати доповісти.

Література: [4, 5, 7, 10, 19]

**Тема 6. Суб'єкти інформаційної діяльності
та їх потреби в інформації**

Самостійна робота 4: Суб'єкти інформаційного діяльності на вітчизняному ринку інформаційних продуктів і послуг — 6 год.

Мета: засвоїти особливості та характеристики суб'єктів інформаційної діяльності на інформаційному ринку України.

Завдання:

1. Засвоїти підходи до визначення терміну «інформаційний ринок».
2. Визначити різні групи суб'єктів інформаційного ринку.
3. Визначити особливості та характеристики суб'єктів інформаційного ринку України.
4. Про результати доповісти.

Література: [3-5, 7, 8, 10, 18]

Тема 7. Методи дослідження інформації інформаційних потреб як об'єкту інформаційної діяльності

Самостійна робота 5: Мотиви та механізми формування інформаційних потреб користувачів — 6 год.

Мета: визначити мотиви та механізми формування інформаційних потреб різних груп користувачів..

Завдання:

1. Визначити різні групи користувачів інформації (науковці, студенти, школярі тощо).
2. Виявити мотиви та механізми формування інформаційних потреб різних груп користувачів
3. Про результати доповісти.

Література: [3, 7, 10, 11, 14, 20, 25, 31, 32, 34, 39]

Модуль 2.

Змістовий модуль 2. «Економіко-правові та етико-психологічні основи організації інформаційної діяльності»

Тема 1. Правові основи інформаційної діяльності

Самостійна робота 6: Проблема захисту інформації в інформаційній діяльності — 5 год.

Мета: визначити проблеми захисту інформації в інформаційної діяльності вітчизняних установ.

Завдання:

1. Проаналізувати ст. 7. «Загрози національним інтересам і національній безпеці України» Закону України «Про основи національної безпеки України».
2. Визначити види загроз в інформаційні сфері та розкрити їх сутність.
3. Результати законспектувати та доповісти про них.

Література: [7, 8, 12, 14, 15, 17, 18, 19, 24]

Тема 3. . Морально-етичні цінності інформаційної діяльності

Самостійна робота 7: Професійна етика інформаційного працівника — 5 год.

Мета: визначити особливості професійної етики інформаційного працівника.

Завдання:

1. Дати визначення понять «професійна етика» та «інформаційний працівник».
2. Проаналізувати модель інформаційної поведінки інформаційного працівника XXI ст.
3. Виявити характеристики, особливості, притаманні професійній етиці інформаційного працівника
4. Результати законспектувати та доповісти про них.

Література: [4, 5, 8, 23, 36]

Модуль 3

Змістовий модуль 3. «Структура організації інформаційної діяльності у суспільстві»

Тема 1. . Особливості розвитку інформаційної сфери суспільства та організаційна структура інформаційної діяльності

Самостійна робота 8: Особливості організації інформаційної діяльності окремого закладу (організації, установи, підприємства, фірми, тощо), для якого інформаційна діяльність має основний характер — 6 год.

Мета: визначити особливості організації інформаційної діяльності окремої інформаційної установи.

Завдання:

1. Обрати інформаційну установу (довідково-інформаційна установа, центр науково-технічної інформації, архівна установа, інформаційно-аналітична установа тощо).

2. Проаналізувати механізми та принципи організації, побудови інформаційної діяльності в обраній установі

3. Виявити характеристики, особливості інформаційної діяльності, притаманні обраній установі.

4. Результати законспектувати та доповісти про них.

Література: [3, 5, 11, 15, 22, 29, 30]

Тема 2. Міжнародні відносини в інформаційній сфері.

Сучасний стан інформаційних відносин в Україні

Самостійна робота 9: Досвід організації інформаційної діяльності в світі та в Україні — 6 год.

Мета: визначити особливості організації інформаційної діяльності в Україні та в інших країнах.

Завдання:

1. Проаналізувати особливості організації інформаційної діяльності у вітчизняних установах та зарубіжних установах.

2. Провести порівняльний аналіз організації інформаційної діяльності в Україні та у світі.

3. Виявити характеристики, особливості інформаційної діяльності, притаманні вітчизняним та зарубіжним установам.

4. Результати законспектувати та доповісти про них.

Література: [3, 5, 11, 17, 18, 24]

Тема 5. Завдання та структура інформаційного обслуговування

Самостійна робота 10: Процес інформаційного обслуговування окремого закладу (організації, установи, підприємства, фірми, тощо), для якого інформаційна діяльність має основний характер — 6 год.

Мета: визначити особливості організації процесу інформаційного обслуговування в різних інформаційних установах.

Завдання:

1. Проаналізувати особливості організації інформаційного обслуговування в інформаційних установах.

1. Визначити складові процесу інформаційного обслуговування.

2. Виявити характеристики, особливості процесу інформаційного обслуговування, притаманні установам, в яких інформаційна діяльність має основний характер.

3. Результати законспектувати та доповісти про них.

Література: [4, 5, 23, 35]

Модуль 4

Змістовий модуль 4. «Практика організації інформаційної діяльності у сфері управління (менеджменту)»

Тема 2. Концепції інформаційного менеджменту.

Управління інформаційними потоками в організації

Самостійна робота 11: Інформаційний менеджмент як компонент системи інформаційної діяльності — 6 год.

Мета: визначити особливості організації менеджменту як компоненту системи інформаційної діяльності.

Завдання:

1. Проаналізувати поняття «інформаційний менеджмент».
2. Виявити співвідношення та взаємозв'язок понять «інформаційний менеджмент» та «інформаційна діяльність».
3. Охарактеризувати інформаційний менеджмент як компонент системи інформаційної діяльності.
4. Результати законспектувати та доповісти про них.

Література: [1, 2, 11, 13, 15, 19, 22,]

7. Завдання та методичні рекомендації до виконання практичних занять

Модуль 1.

Змістовий модуль 1. «Теоретичні основи інформаційної діяльності»

Тема 4. Інформаційна діяльність як сфера професійної діяльності

Практичне заняття 1: Види інформаційної діяльності установ (на основі вивчення веб-сайту установи) — 8 год.

Мета: Знайти відмінності між видами інформаційної діяльності установ; навчитися визначати ці відмінності; засвоїти відмінності між довгостроковою і короткостроковою кумулятивною і трансляційною функцією інформаційних установ; засвоїти відмінності між установами, що виконують у суспільстві роль інститутів соціальної пам'яті та інститутів соціального управління.

Завдання:

Проаналізувати види інформаційної діяльності та порівняти їх.

Методичні вказівки до виконання завдання

1. Відповісти на питання, дані нижче, на підставі аналізу веб-сайтів установ.

Веб-сайти установ, діяльність яких необхідно проаналізувати:

1. Інформаційно-обчислювальний центр Південної залізниці (р. Харків) <http://ivc.pz.gov.ua/>;

2. Харківський центр науково-технічної і економічної інформації <http://cntei.com.ua/index.html#>;

3. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» <http://www.kpi.kharkov.ua/ru/>;

4. Харківське регіональне друковане інформаційне видання «Вечірній Харків» <http://vecherniy.kharkov.ua/>;

5. Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету <http://www.city.kharkov.ua/ru/>;

6. Харківський обласний центр зайнятості <http://www.dcz.gov.ua/kha/>;

7. Харківський центр культури і мистецтва <http://www.cultura.kh.ua/>;

8. Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Р. Короленка <http://korolenko.kharkov.com/>;

9. Комунальне підприємство «Міський інформаційний центр» (м. Харків) <http://www.infocity.kharkov.ua/>;

10. ADVEGO <http://advego.ru/info/>

Питання, на які необхідно дати відповіді:

1. Мета діяльності установи/основний напрямок роботи.

2. Види пропонованих (інформаційних) послуг (інформаційних) продуктів.

3. Он-лайн-сервіси (віртуальні виставки, віртуальні довідки, консультації, подача заявок на видачу інформації тощо)

4. Інноваційні (нововведення) види послуг/сервісів (те, що нове пропонує установи, чого раніше не було).

5. Співпраця, участь в програмах (регіональних, всеукраїнських, міжнародних), партнерство.

6. Нормативно-правові документи, що регулюють діяльність установи (закони, постанови, стандарти тощо).

7. Організаційно-розпорядчі документи, що регулюють діяльність установи (статут, накази, регламент тощо)

8. Електронні документи/форми, призначені для користувачів (форми, заявки, бланки і тощо);

9. База електронних документів (газети, журнали, патенти, підручники, навчально-методичні матеріали тощо);

10. Наявність пошукових каталогів, форм, систем.

11. Яку функцію виконує установа: а) довгострокову кумулятивну та/або трансляційну або б) короткострокову кумулятивну та/або трансляційну?

12. Яку роль у суспільстві виконує установа: роль інституту соціальної пам'яті або роль інституту соціального управління?

13. На підставі вище викладених питань визначити вид інформаційної діяльності для кожної установи: основна, включена або допоміжна

2. На підставі аналізу веб-сайтів установ узагальнити отримані відповіді і написати висновок. У висновку обґрунтувати відмінності між видами інформаційної діяльності (основна, включена, допоміжна); між функціями інформаційного установи (довгострокова та короткострокова кумулятивна і трансляційна функція).

3. Звіт про результати проведеної практичної роботи оформити у текстовому редакторі (можна у формі таблиці).

Література: [11, 33, 38].

Тема 5. Інформація та інформаційна потреба як об'єкт інформаційної діяльності

Практичне заняття 2: Вивчення інформаційних потреб споживачів інформації — 8 год.

Мета: Визначити роль тотожних (непрямих) методів інформаційних потреб за допомогою соціологічних процедур (опитування, анкетування)

Завдання:

Розробити анкету щодо вивчення інформаційних потреб споживачів інформації (користувачів). Окремої інформаційної установи (наприклад, бібліотеки, органа НТІ, архіву, видавництва, книготорговельної організації, рекламної агенції тощо), окремого засобу масової інформації (друкованого періодичного видання, теле- радіоканалу) або Інтернет-порталу. Вибір інформаційної установи, від імені якої буде проведене анкетування споживачів інформації,

студент обирає самостійно, а також самостійно з'ясовує ціль дослідження і моделює етапи його проведення.

Методичні вказівки до виконання завдання

1. Вимоги до розробки анкети:

1. Анкета повинна мати три інформаційні блоки: преамбулу (вступна частина), опитувальна частина, контактна частина.

2. Елементи преамбули:

– обов'язкові: ввічливе звернення до респондента (того, кого опитують), визначення ким і з якою метою проводиться дослідження, рекомендації щодо механізму заповнення анкети;

– необов'язкові: заохочення респондента до участі у анкетуванні (інтрига: запрошення щодо участі у розіграші призів, отримання подарунків тощо).

3. Елементи опитувальної частини:

– за характером подання інформації анкети поділяються на формальні (соціологічні ознаки респондента: особисті дані, вік, стать, освіта, адреса тощо) та змістовні, які відповідають меті дослідження і дозволяють отримати репрезентативні дані щодо оптимізації ефективної діяльності інформаційної установи;

– загальна кількість питань у анкеті визначається студентом самостійно, але змістовний блок бажано відтворити у 7-9 питаннях, групування яких відбудеться логічною схемою (від простого до складного, або навпаки, за вибором укладача);

– змістовні питання можуть подаватися, за вибором укладача, як відкриті, закриті та змішані, але треба пам'ятати про особливість тієї групи споживачів інформації, яка допитується, розуміючи складність формування відповіді на відкриті питання; стосовно формулювання варіантів відповіді у закритих питаннях треба пам'ятати про очікувані результати дослідження і намагатися допомогти респонденту обґрунтовано відповісти; також треба відповідально формулювати питання для адекватного сприйняття його респондентом (тобто питання формується коректно, а не двозначно);

– необхідно враховувати можливості заповнення анкети респонденти, виділивши відповідні місця для відповіді або після питань;

– формальні питання можуть бути розміщені до або після змістовних питань, згідно з рішенням укладача анкети щодо мети дослідження.

4. Елементи контактної частини:

– наводяться такі дані: адреса організації, яка проводить опитування, контактний телефон, e-mail, URL-адреса (веб-сайт);

– визначається місце, де респондент указує свою адресу та ін. реквізити (у випадку участі у конкурсах, розіграшах тощо).

2. Анкета подається у друкованому виді на окремих скріплених аркушах у відповідності до загального оформлення анкети цього виду документів. Рішення щодо ілюстративних та взагалі дизайнерських способів оформлення анкети студент приймає самостійно.

Література: [14, 26, 33, 37, 38].

Модуль 3.

Змістовий модуль 3. «Структура організації інформаційної діяльності у суспільстві»

Тема 5. Завдання та структура інформаційного обслуговування

Практичне заняття 3: Інформаційне обслуговування установ із застосуванням Інтернет-сервісів — 8 год.

Мета: Визначити місце Інтернет-сервісів в системі інформаційного обслуговування.

Завдання:

Проаналізувати Інтернет-сервіси, що надаються в процесі інформаційного обслуговування бібліотеками м. Харкова

Методичні вказівки до виконання завдання

1. Скласти перелік веб-сайтів науково-технічних бібліотек та бібліотек вищих навчальних закладів м. Харкова.

2. Встановити на веб-сайті кожної бібліотеки наявність електронних каталогів, баз даних, надання віртуальних довідок, електронного фонду та пошукової системи по веб-сайту бібліотеки.

3. Звіт про виконана роботу оформити у табличній формі текстового редактору та захистити викладача. Таблиця повинна містити такі стовбці: № з/п, назва бібліотеки, URL-адреса, електронний каталог/база даних, віртуальна довідка, електронний фонд, пошукова система по веб-сайту.

Література: [3, 4, 11, 33, 38].

Тема 7. Інформаційно-аналітичний процес та його інструментарій

Практичне заняття 4: Декодування текстів з питань інформаційної діяльності — 8 год.

Мета: З'ясувати етапи перетворення повідомлення в інформацію на підставі аналізу професійних публікацій у журналі «Науково-технічна інформація».

Завдання:

За вибором студента здійснити аналіз статті із будь-якого номеру журналу (за останні 5 років видання) і наявні в читальному залі бібліотеки ХДАК, зрозумілою за змістом і обсягом до 4-5 сторінок, використовуючи прийоми дякування тексту за параметрами, що подані нижче.

Методичні вказівки до виконання завдання

1. Виділіть у повідомленні спеціальні терміни, якими описується проблема, що висвітлена у статті і випишіть їх до зошиту виконання практичних завдань.

2. Визначте фрагменти статті і терміни, які недостатньо зрозумілі або повторюються у тексті і перешкоджають цілісному сприйняттю інформації, виокремивши наявність інформаційного шуму та інформаційного бар'єру щодо Вашого особистого засвоєння змісту статті, як споживача інформації.

3. Наведіть контекст повідомлення, тобто закінчений за змістом уривок статті, що аналізувалася, з якого можна точно визначити смисл тексту.

4. Робота виконується письмово у зошиті для практичних і самостійних робіт за таким алгоритмом:

- назва теми завдання, що виконується;
- бібліографічний опис статті, яка аналізується;
- відповідно до пунктів завдання надаються необхідні дані та інформація, яка свідчить про виконання роботи щодо декодування спеціальних текстів з інформаційної діяльності.

Література: [10, 11, 26, 30, 33, 37, 38].

8. План семінарських занять

Модуль 1

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи

інформаційної діяльності

Тема 5. Інформація та інформаційна потреба

як об'єкт інформаційної діяльності

Семінарське заняття 1: Інформаційна потреба як об'єкт інформаційної діяльності — 6 год.

Питання:

1. Інформаційна потреба: підходи до розуміння:
 - a. Інформаційний підхід до вивчення інформаційної потреби.
 - b. Визначення інформаційної потреби Робертом Тейлором.
 - c. Сутності інформаційних потреб (9 сутностей за Д. І. Блюменау).
2. Структура та властивості інформаційних потреб:
 - a. Потреба у поточній та ретроспективній інформації.
 - b. Потреба у вузько тематичній та широко тематичній інформації.
 - c. Потреба у галузевій та міжгалузевій інформації.
 - d. Потреба у фактографічній та концептуальній інформації.
 - e. Властивості інформаційних потреб.
3. Співвідношення інформаційних потреб з інформаційними інтересами, інформаційними запитам, мотивами та діяльністю користувача.

4. Типологія та класифікація інформаційних потреб.
Види інформаційних потреб:

а. Інформаційні потреби спеціалістів та окремих категорій користувачів (вчених, інженерів, керівників, студентів, користувачів ЗМІ тощо).

б. Комунікаційні потреби: особистісні, групові, суспільні.

с. Інформаційні потреби державних органів.

д. Пізнавальні потреби.

5. Метод вивчення інформаційних потреб:

а. Опосередковані (непрямі) методи вивчення інформаційних потреб.

б. Прямі методи вивчення інформаційних потреб:

і. Сутність методів, заснованих на аналізі проблемних ситуацій.

ii. Сутність методів, заснованих на аналізі функціонально-посадових обов'язків.

Література: [1, 2, 3, 20, 21, 25, 31, 32, 34, 36, 39].

Модуль 3.

Змістовий модуль 3 «Структура організації інформаційної діяльності у суспільстві»

Тема 6. Інформаційне обслуговування як система

Семінарське заняття 2: Система інформаційного обслуговування — 8 год.

Питання:

1. Інформаційне обслуговування як система доступу до інформації:

а. Поняття доступності інформації у законодавстві України.

б. Проблема цінності ціннісної ідентифікації інформації і її доступності в історії людства.

с. Бар'єри доступності інформації.

д. Роль інформаційного обслуговування у подоланні бар'єрів доступності інформації.

2. Інформаційне обслуговування як соціально-комунікаційний процес:

a. Співвідношення понять «комунікація», «соціальна комунікація», «інформаційне обслуговування».

b. Компоненти інформаційного обслуговування як соціально-комунікаційного процесу: канали, засоби і форми комунікації користувача та інформаційної системи.

c. Роль інформаційного працівника у формуванні комунікаційного клімату інформаційної служби.

d. Комунікаційна діяльність у процесі інформаційного обслуговування.

3. Інформаційне обслуговування як навігаційно-пошукова діяльність:

a. Поняття «навігації» у стратегії інформаційного пошуку.

b. Технологія та види інформаційного пошуку.

c. Інформаційний запит і механізм його уточнення у процесі інформаційного пошуку.

d. Інформаційна послуга як результат інформаційного пошуку.

4. Інформаційне обслуговування у просторово-часовому континуумі:

a. Співвідношення понять «інформаційне середовище (сфера)» і «інформаційний простір».

b. Параметри «часу» в інформаційному середовищі.

c. Феномен подолання часу та простору в процесі інформаційного обслуговування.

Література: [3, 4, 11, 15, 23, 26, 28, 29, 35].

8. Методи навчання

Лекційні заняття; практичні завдання; семінарські заняття; самостійна робота; комплекс навчально-методичного забезпечення дисципліни (КНМЗД); нормативні документи.

9. Методи контролю

Підсумковий контроль здійснюється у формі іспиту. Передбачено рубіжні етапи контролю у формі усного опитування, перевірки конспектів, контрольних робіт після завершення змістового модулю, а також якості виконання завдань самостійної роботи та практичних завдань, семінарських занять студентів, тестування.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Модуль 1 (поточне оцінювання)			T1	2			T1	2							
Змістовий модуль № 1	22	Тест	T2	2			T2	2							
			T3	2			T3	2							
			T4	6			T4	2							
			T5	2											
			T6	2											
			T7	6											
			5												
Модуль 2 (поточне оцінювання)															
Змістовий модуль №2	8	Тест	T1	2			T1	2							
			T2	2			T2	2							
			T3	2			T3	2							
			T4	2			T4	2							
			5												
Модуль 3 (поточне оцінювання)															
Змістовий модуль №3	22	Тест	T1	2			T1	2							
			T2	2			T2	2							
			T3	2			T3	2							
			T4	2			T4	2							
			T5	6			T5	6							
			T6	2			T6	2							
			T7	6			T7	6							
5															
Модуль 4 (поточне оцінювання)															
Змістовий модуль №4	4	Тест													
											T1	2			
											T2	2			
			5												
												Іспит			
														20	

T1, T2 ... Tn – теми змістових модулів.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Шкала нарахування балів за основні форми навчальної діяльності:
 підсумковий контроль (екзамен) — 20 балів;
 модульне рубіжне тестування — 20 балів;
 практична робота — 20 балів;
 самостійна робота — 40 балів.

11. Методичне забезпечення

1. Інформаційно-обчислювальний центр Південної залізниці (м. Харків) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ivc.pz.gov.ua/>. – Назва з екрану.
2. Харківський центр науково-технічної і економічної інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cnei.com.ua/index.html#>. – Назва з екрану.
3. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kpi.kharkov.ua/ru>. – Назва з екрану.
4. Харківське регіональне друковане інформаційне видання «Вечірній Харків» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vecherniy.kharkov.ua/>. – Назва з екрану.
5. Харківська міська рада, міський голова, виконавчий комітет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.city.kharkov.ua/ru/>. – Назва з екрану.
6. Харківський обласний центр зайнятості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dcz.gov.ua/kha/>. – Назва з екрану.
7. Харківський центр культури і мистецтва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cultura.kh.ua/>. – Назва з екрану.
8. Харківська державна наукова бібліотека ім. В. Р. Короленка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://korolenko.kharkov.com/>. – Назва з екрану.
9. Комунальне підприємство «Міський інформаційний центр» (м. Харків) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.infocity.kharkov.ua/>. – Назва з екрану.
10. ADVEGO [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://advego.ru/info/>. – Назва з екрану.

12. Рекомендована література

Базова

1. Horvath & Partners. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование [Электронный ресурс] ; Пер. с нем. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс. – 269 с. – (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»), 2006 (раздел 8).

2. Taylor, Robert S. The Process of Asking Questions // American Documentation. – 1962. – № 13. – С. 391–396.
3. Блюменау Д. И. Информация и информационный сервис / Д. И. Блюменау. – Л. : Наука, 1989. – 192 с.
4. Дворкина М. Я. Информационное обслуживание: социокультурный поход / М. Я. Дворкина ; МГУКИ. – М. : Профиздат, 2001. – 111 с.
5. Дрешер Ю. Н. Организация информационного производства : учебное пособие / Ю. Н. Дрешер. – М. : Фаир-Пресс, 2005. – 248 с.
6. ДСТУ 2392-94. Інформація та документація: Базові поняття: Терміни та визначення. – Вид. офіційне. – К. : Держстандарт України, 1994. – 51 с.
7. Информатика : учеб. / под ред. Н. В. Марковой. – М. : Финансы и статистика, 2004. – С. 13–58.
8. Інформаційне суспільство : дефініції / за ред. Р. А. Калюжного, М. Я. Швеця. – К. : Інеграл, 2002. – 220 с.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общества, культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
10. Кузнецов И. Н. Учебник по информационно-аналитической работе / И. Н. Кузнецов. – М. : Яуза, 2001. – 320 с.
11. Кулицький С. П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління : навч. посіб. / С. П. Кулицький. – К. : МАУП, 2002. – 224 с.
12. Лазарева С. Ф. Економіка та організація інформаційного бізнесу : навчальний посібник / С. Ф. Лазарева. – К. : Київ. нац. екон. ун-т, 2002. – 667 с.
13. Матвієнко О. В. Основи інформаційного менеджменту : навч. посіб. / О. В. Матвієнко. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 128 с.
14. Ніколас Д. Оцінка інформаційних потреб: методи і технології / Д. Ніколас. – К. : Aslib, 1996. – 76 с.
15. Осауленко О. Г. Інформаційне забезпечення державного управління сталим розвитком / О. Г. Осауленко. – К., 2001. – 72 с.

16. Поцепцов Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 656 с.
17. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки : закон України // Відомості Верховної Ради України. – № 12, ст. 102.
18. Про інформацію : закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48, ст. 650.
19. Родіонов І. І. Інформаційні ресурси для підприємців / І. І. Родіонов. – К. : Електронні знання, 2004. – 173 с.
20. Соколов А. В. Что есть информационная потребность? // Труды Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. – 2013. – Т. 197. – С. 13.
21. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. / А. В. Соколов – СПб. : Изд-во Михайлова В. А. – 2002. – 461 с.
22. Твердохліб М. Г. Організація інформування керівників / М. Г. Твердохліб, О. Д. Шарапов. – К. : Вид-во КНЕУ, 1997. – 180 с.
23. Толковый словарь по основам информационной деятельности / под ред. проф. Н. Н.Ермошенко. – К. : УкрИНТЭИ, 1995. – 252 с.
24. Цимбалюк В. С. Інформаційне право: концептуальні положення до кодифікації інформаційного законодавства : монографія / В. С. Цимбалюк. – К. : Освіта України, 2011. – 426 с.

Допоміжна

25. Асланов А. Роль преси і інформаційних агентств у забезпеченні інформаційних потреб населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2010_33/Gileya33/I15_doc.pdf. – Заголовок з екрану.
26. Блюменау Д. И. Информационный анализ/синтез для формирования вторичного потока документов / Д. И. Блюменау. – СПб : Профессия, 2002. – 240 с.

27. Блюменау Д. И. Система «сознание – информация»: теоретико-методологический анализ / Д. И. Блюменау // Мир библиогр. – 2004. – № 1. – С. 12–18.

28. Гендина Н. И. Информационная культура личности: диагностика, технология формирования : учеб.-метод. пособ. / Н. И. Гендина, Н. И. Колквова, И. Л. Скипор ; Кемеровская государственная академия культуры и искусств. – Ч. 2. – Кемерово, 1999. – 149 с.

29. Гордукалова Г. Ф. Информационные ресурсы гуманитарных наук: Экономика : учеб. пособ / Г. Ф. Гордукалова. – СПб : СПбГУКИ, 2000. – 259 с.

30. Гордукалова Г. Ф. Информационное моделирование объекта : 4-е занятие по информационному анализу / Г. Ф. Гордукалова // Библиотечное дело. – 2003. – № 6, 7, 9.

31. Ершов П. М. Потребности человека. – М. : Мысль, 1990. – 364 с.

32. Загидуллина М. В. Информационная потребность как теоретическая проблема // Вестник волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2012. – № 3. – С. 194–200.

33. Захарова І. В. Основи інформаційно-аналітичної діяльності : навч. посіб. / І. В. Захарова, Л. Я. Філіпова. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 335 с.

34. Ковалев В. И. Мотивы поведения и деятельности. – М. : Наука, 1988. – 193 с.

35. Минкина В. А. Информационное обслуживание / В. А. Минкина, В. В. Брежнева. – СПб : Профессия, 2004. – 304 с.

36. Паніна А. М. Інформаційна потреба як складова інформаційної культури особистості [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://mdgu-kid.at.ua/publ/informacijna_potreba_jak_skladova_informacijnoji_kulturi_osobistosti/1-1-0-65. – Назва з екрану.

37. Сляднева Н. А. Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы / Н. А. Сляднева // Информационные ресурсы России. – 2001. – № 2. – С. 14–21

38. Шейко В. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності : підручник / В. М. Шейко,

Н. М. Кушнарєнко. – 6-те вид., переробл. і доповн. – К. : Знання, 2008. – 310 с.

39. Щєрбицький Г. И. Информация и познавательные потребности. – Минск: Изд-во Белорус, ун-та, 1983. – 160 с.

13. Інформаційні ресурси

40. Актив : учебный портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kvalifikacia.com.ua/>. – Загл. с экрана.

41. Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://rada.gov.ua/>. – Назва з екрану.

42. Український науково-дослідний інститут архівної справи та документознавства (УНДІАСД) [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://undiasd.archives.gov.ua/ru/index.php>. – Назва з екрану.

ОСНОВНІ ТЕРМІНИ ТА ПОНЯТТЯ

Адміністративна інформація (дані) – це офіційні документовані дані, що дають кількісну характеристику явищ та процесів, що відбуваються в економічній, соціальній, культурній, інших сферах життя і збираються, використовуються, поширюються та зберігаються органами державної влади (за винятком органів державної статистики), органами місцевого самоврядування, юридичними особами відповідно до законодавства з метою виконання адміністративних обов'язків та завдань, що належать до їх компетенції.

Аналітично-синтетична обробка науково-технічної інформації – це процес обробки інформації шляхом аналізу і синтезу змісту документів з метою одержання необхідних відомостей, а також шляхом їх класифікації, оцінки, співставлення і узагальнення;

Аудіовізуальні засоби масової інформації – це радіомовлення, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис тощо.

База даних – впорядкований набір логічно взаємопов'язаних даних, що використовуються спільно та призначені для задоволення інформаційних потреб користувачів.

База знань – база даних, що містить правила виводу та інформацію про досвід людства та знаннях у певній предметній області.

Банк даних – функціонально-організаційна складова в автоматизованих системах керування та інформаційно-обчислювальних системах, яка здійснює централізоване інформаційне забезпечення колективу користувачів, або сукупності задач, які розв'язуються в системі; це інформаційно-довідкова система, основним призначенням якої є: накопичення та підтримка в робочому стані сукупності відомостей, які складають інформаційну базу всієї автоматизованої системи або деякого набору задач, які в ній розв'язуються; видача потрібних задач або користувачу даних; забезпечення колективного доступу до інформації,

яка в ній зберігається; забезпечення необхідного керування використанням відомостей, які містяться в інформаційній базі.

Використання інформації – це задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Відкрита інформація – інформація, якою дозволено користуватися широкому загалу.

Виставкова діяльність – діяльність по організації, проведенню, матеріально-технічному, інформаційному забезпеченню проведення виставкових заходів.

Вторинна інформація – інформація, яка вже була зібрана раніше для інших цілей; продукт переробки даних висхідного повідомлення.

Вторинний документ – це документ, що являє собою результат аналітико-синтетичної та іншої переробки одного або кількох документів.

Галузі інформації – це сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про відносно самостійні сфери життя і діяльності суспільства та держави.

Дані – це повідомлення про стан об'єкта, представлені у зручній для обробки формі.

Державна інформаційна політика – це сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації.

Джерела інформації – це 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.

Діяльність інформаційних агентств – це збирання, обробка, творення, зберігання, підготовка інформації до поширення, випуск та розповсюдження інформаційної продукції.

Довідково-інформаційний фонд – це сукупність упорядкованих первинних документів і довідково-пошукового апарату, призначених для задоволення інформаційних потреб;

Довідково-пошуковий апарат – це сукупність упорядкованих вторинних документів, створених для пошуку першоджерел.

Документ – матеріальний носій, що містить інформацію, основними функціями якого є її збереження та передавання у часі та просторі.

Достовірність інформації – властивість інформації відображати реально існуючі об'єкти з необхідною точністю.

Друковані засоби масової інформації – це періодичні друковані видання (преса): газети, журнали, бюлетені тощо і разові видання з визначеним тиражем.

Засіб інформаційної діяльності – це прийом, сукупність інструментів, способів дії для здійснення інформаційної діяльності та задоволення інформаційних потреб.

Засоби комунікації – це засоби розповсюдження продукції інформаційних агентств, такі як: друковані та екранні видання, радіо, телебачення (кабельне, супутникове, глобальне), електричний та електронний зв'язок (телеграф, телефон, телекс, телефакс), комп'ютерні мережі та інші телекомунікації.

Засоби масової інформації – це засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації.

Зберігання інформації – це забезпечення належного стану інформації та її матеріальних носіїв.

Захист інформації – сукупність правових, адміністративних, організаційних, технічних та інших заходів, що забезпечують збереження, інформації та належний порядок доступу до неї; комплекс правових, організаційних, інформаційно-телекомунікаційних засобів і заходів, спрямованих на запобігання неправомірним діям щодо інформації.

Знання – це перевірений практикою результат пізнання дійсності, її відображення у свідомості людини.

Інформаційна діяльність – це сукупність дій, спрямованих на задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб і держави.

Інформатизація – це сукупність взаємопов’язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян та суспільства на основі створення, розвитку і використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій, які побудовані на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки;

Інформаційна інфраструктура – це система організаційних структур, підсистем, що забезпечують функціонування та розвиток інформаційного простору держави та засобів інформаційної взаємодії. Містить: сукупність інформаційних центрів, підсистем, банків даних та знань, систем зв’язку, центрів управління, апаратно-програмних засобів та технологій забезпечення збору, збереження, обробки та передачі інформації. Забезпечує доступ користувачів до інформаційних ресурсів.

Інформаційна продукція – це матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення потреб суб’єктів інформаційних відносин.

Інформаційна послуга – це діяльність з надання інформаційної продукції споживачам з метою задоволення їхніх потреб; здійснення у визначеній Законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції споживачів з задоволення їх інформаційних потреб.

Інформаційна потреба (потреба в інформації) – це інформація, яку людина чи організація має одержати, щоб ефективно виконувати свою роботу, позитивно розв’язати якусь проблему або успішно задовольнити приватний інтерес або хобі.

Інформаційна система – це сукупність організаційних і технічних засобів для збереження та обробки інформації з метою забезпечення інформаційних потреб користувачів; комунікаційна система, що забезпечує збирання, пошук, оброблення та пересилання інформації.

Інформаційна сфера – це відносно самостійна життєдіяльності суспільства; являє собою сукупність інформації, інформаційної інфраструктури, суб'єктів, що здійснюють збір, формування, розповсюдження та використання інформації, а також системи регулювання суспільних відносин, що при цьому виникають.

Інформаційна технологія – це цілеспрямована організована сукупність інформаційних процесів з використанням засобів обчислювальної техніки, що забезпечують високу швидкість обробки даних, швидкий пошук інформації, розосередження даних, доступ до джерел інформації незалежно від місця їх розташування.

Інформаційна установа – це орган державної влади, місцевого самоврядування, організації, підприємства тощо, що виконує певні функції з інформаційного обслуговування користувачів інформації; її діяльність направлена на задоволення інформаційних потреб суб'єктів інформаційної діяльності через надання інформаційних послуг та створення інформаційних продуктів.

Інформаційне агентство – це зареєстрований як юридична особа суб'єкт інформаційної діяльності, що діє з метою надання інформаційних послуг; може виступати як засновник (співзасновник) інших засобів масової інформації, бути автором або мати інші права на інформацію, видавцем (виробником) інформаційної продукції, розповсюджувачем і споживачем інформаційної продукції.

Інформаційне бажання – інформація, яку певна особи чи організація хотіла б мати.

Інформаційне виробництво – це процес дії людини на інформацію (предмет праці) за допомогою засобів (знарядь) праці з метою отримання нової інформації (продукту праці), необхідної для створення матеріальних, духовних та інших цінностей, що забезпечують існування та розвиток людини і суспільства.

Інформаційне забезпечення – це сукупність документів, нормативної бази та реалізованих рішень щодо обсягів, розміщення та форм існування інформації в певній інформаційній системі.

Інформаційне законодавство – це комплекс законів та інших нормативно-правових актів держави, що прийняті парламентом в галузі інформації, де визначаються суспільні інформаційні відносини, пов'язані із виникненням, зміною та припиненням їх між суб'єктами права.

Інформаційне обслуговування – це діяльність щодо задоволення інформаційних потреб споживачів; забезпечення користувачів необхідною інформацією, здійснюване інформаційними органами і службами шляхом надання інформаційних послуг.

Інформаційне підприємство – це суб'єкт, який провадить збір, обробку і розповсюдження інформації про виставкові заходи; займається маркетинговою, консалтинговою та рекламною діяльністю, пов'язаними з виставковою діяльністю.

Інформаційне середовище – це сукупність технічних і програмних засобів зберігання, обробки і передачі інформації, а також політичні, економічні і культурні умови реалізації процесів інформатизації; світ інформації навколо людини і світ її інформаційної діяльності; сфера діяльності суб'єктів, пов'язана зі створенням, перетворенням, споживанням інформації.

Інформаційне суспільство – це таке суспільство, в якому виробництво і споживання інформації є найважливішим видом діяльності, а інформація признається найзначнішим ресурсом; суспільство, в якому є реалізованим загальний доступ до глобальних джерел інформації і автоматизованої її обробки; ступінь в розвитку сучасної цивілізації, що характеризується збільшенням ролі інформації і знань в житті суспільства, зростанням частки інфокомунікацій, інформаційних продуктів і послуг у валовому внутрішньому продукті, створенням глобального інформаційного простору, що забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їх соціальних і особових потреб в інформаційних продуктах і послугах; теоретична концепція постіндустріального суспільства, історична фаза можливого еволюційного розвитку

цивілізації, в якій інформація і знання продукуються в єдиному інформаційному просторі.

Інформаційні відносини – це особливий вид суспільних відносин, котрі існують з приводу виробництва та використання інтелектуальних цінностей (знань, інформації, науково-технічних нововведень, алгоритмів, програм тощо).

Інформаційні процеси – це послідовна зміна стану та (або) уявлення про інформацію в результаті дій, які з нею можна виконувати: створення, збирання, зберігання, обробка, відображення, передавання, розповсюдження, використання, захист, знищення інформації. Під час інформаційного процесу дані перетворюються з одного виду в інший за допомогою певних методів.

Інформаційні ресурси – це документи і масиви документів в інформаційних системах (бібліотеках, архівах, фондах, банках даних, депозитаріях, музейних сховищах і т.д.).

Інформаційні ресурси України – це вся належна їй інформація, незалежно від змісту, форм, часу і місця створення.

Інформаційні ресурси науково-технічної інформації – це систематизоване зібрання науково-технічної літератури і документації (книги, брошури, періодичні видання, патентна документація, нормативно-технічна документація, промислові каталоги, конструкторська документація, звітна науково-технічна документація з науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, депоновані рукописи, переклади науково-технічної літератури і документації), зафіксовані на паперових чи інших носіях.

Інформаційні ресурси спільного користування – це сукупність інформаційних ресурсів державних органів науково-технічної інформації, наукових, науково-технічних бібліотек, а також комерційних центрів, фірм, організацій, які займаються науково-технічною діяльністю і з власниками яких укладено договори про їх спільне використання;

Інформаційні технології – це сукупність програмно-технічних засобів обчислювальної техніки, а також прийомів, способів і методів їх застосування для виконання функцій збору, зберігання, обробки, передачі і використання інформації в конкретних предметних областях.

Інформаційний бар'єр – це сукупність різноманітних перешкод, що виникають на шляху розповсюдження та використання інформації.

Інформаційний запит – це прохання особи до розпорядника інформації надати публічну інформацію, що знаходиться у його володінні.

Інформаційний запит щодо доступу до офіційних документів – це звернення з вимогою про надання можливості ознайомлення з офіційними документами. Запит може бути індивідуальним або колективним; подається у письмовій формі.

Інформаційний інтерес – це особливе суспільне відношення, в якому містяться умови зберігання і зміцнення такого суспільного становища людини, при якому вона отримує можливість задовольнити свою інформаційну потребу; інформаційна потреба реалізується через інформаційний інтерес суб'єкта.

Інформаційний менеджмент – це комплекс завдань управління на всіх етапах життєвого циклу підприємства, охоплюючи всі дії та операції, пов'язані як з інформацією в усіх її формах і станах, так і з підприємством у цілому на основі даної інформації.

Інформаційний моніторинг – це збір, накопичення, систематизація й, можливо, поширення інформації; не передбачає проведення спеціально організованого обстеження на етапі збору інформації.

Інформаційний працівник – це працівник, чия діяльність пов'язана з обробкою наявної інформації та отриманням нової інформації (програмісти, аналітики, спеціалісти з планування); інколи сюди включають працівників, що мають високий рівень освіти або пов'язані з освітою (вчені, викладачі, студенти).

Інформаційний простір – це сукупність результатів семантичної діяльності людства.

Інформаційний ринок – це система економічних, організаційних і правових відносин щодо продажу і купівлі інформаційних ресурсів, технологій, продукції та послуг.

Інформаційний суверенітет держави – це здатність держави контролювати і регулювати потоки інформації з-поза меж держави з метою додержання законів України, прав і свобод громадян, гарантування національної безпеки держави.

Інформаційний центр – це організація, що виконує функції зі збору, аналітико-синтетичної переробки інформації та її розповсюдження.

Інформаційно-аналітичний процес – процес пошуку, збору, переробки та подання інформації у формі, придатній для її використання при прийнятті рішень.

Інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді; документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.

Інформація довідково-енциклопедичного характеру – це систематизовані, документовані, публічно оголошені або іншим чином поширені відомості про суспільне, державне життя та навколишнє природне середовище.

Інформація державних органів та органів місцевого самоврядування – це офіційна документована інформація, яка створюється в процесі поточної діяльності законодавчої, виконавчої та судової влади, органів місцевого самоврядування.

Інформація про товар (роботу, послугу) – це відомості та/або дані, які розкривають кількісні, якісні та інші характеристики товару (роботи, послуги).

Інформація про стан довкілля (екологічна інформація) – це відомості та/або дані про: стан складових довкілля та його компоненти, включаючи генетично

модифіковані організми, та взаємодію між цими складовими; фактори, що впливають або можуть впливати на складові доквілля (речовини, енергія, шум і випромінювання, а також діяльність або заходи, включаючи адміністративні, угоди в галузі навколишнього природного середовища, політику, законодавство, плани і програми); стан здоров'я та безпеки людей, умови життя людей, стан об'єктів культури і споруд тією мірою, якою на них впливає або може вплинути стан складових доквілля; інші відомості та/або дані.

Інформація про фізичну особу (персональні дані) – це відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована.

Комунікативна політика – перспективний курс дій підприємства, наявність у нього такої обґрунтованої стратегії використання комплексу комунікативних засобів і організацію взаємодії з усіма суб'єктами маркетингової системи, яка забезпечує стабільну і ефективну діяльність з формування попиту і просування товарів і послуг на ринок з метою задоволення потреб покупців і одержання прибутку; розробка комплексу стимулювання, тобто заходів щодо забезпечення ефективної взаємодії ділових партнерів, організації реклами, методів стимулювання збуту, зв'язків з громадськістю і персонального продажу.

Комунікаційний процес (комунікація) – це обмін інформацією між двома або більше суб'єктами.

Комп'ютерна мережа – система сполучених комп'ютерів, що обмінюються даними.

Наукове видання – це твір (узагальнююча наукова праця, монографія, збірник наукових праць, збірник документів і матеріалів, тези та матеріали наукових конференцій, автореферат дисертації, препринт, словник, енциклопедія, науковий довідник або покажчик, наукове періодичне видання тощо) наукового характеру, що пройшов процедуру наукового рецензування та затвердження до друку вченою (науковою, науково-технічною, технічною) радою наукової установи або вищого навчального закладу, редакційно-видавниче опрацювання, виготовлений шляхом друкування, тиснення або в інший спосіб, містить

інформацію про результати наукової, науково-технічної, науково-педагогічної, науково-організаційної діяльності, теоретичних чи експериментальних досліджень (науково-дослідне видання); підготовлені науковцями до публікації тексти пам'яток культури, історичних документів чи літературних текстів (археографічне або джерелознавче видання); науково систематизовані дані чи матеріали, що відображають історію науки та сучасний стан наукового знання (науково-довідкове або науково-інформаційне видання), призначені для поширення, що відповідають вимогам національних стандартів, інших нормативних документів з питань видавничого оформлення, поліграфічного і технічного виконання.

Науково-інформаційна діяльність – це сукупність дій, спрямованих на задоволення потреб громадян, юридичних осіб і держави у науково-технічній інформації, що полягає в її збиранні, аналітично-синтетичній обробці, фіксації, зберіганні, пошуку і поширенні.

Науково-технічна інформація – це будь-які відомості та/або дані про вітчизняні та зарубіжні досягнення науки, техніки і виробництва, одержані в ході науково-дослідної, дослідно-конструкторської, проектно-технологічної, виробничої та громадської діяльності, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді.

Конфіденційна інформація – це інформація про фізичну особу, а також інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб'єктів владних повноважень; може поширюватися за бажанням (згодою) відповідної особи у визначеному нею порядку відповідно до передбачених нею умов, а також в інших випадках, визначених Законом.

Масова інформація – це інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб.

Метод інформаційної діяльності – сукупність прийомів та операцій практичного та теоретичного опанування інформаційної діяльності; дозволяє визначити

спосіб досягнення мети із задоволення інформаційної потреби.

Міжнародна інформаційна діяльність – це забезпечення громадян, державних органів, підприємств, установ і організацій офіційною документованою або публічно оголошеною інформацією про зовнішньополітичну діяльність України, про події та явища в інших країнах, а також цілеспрямоване поширення за межами України державними органами і об'єднаннями громадян, засобами масової інформації та громадянами всебічної інформації про Україну.

Об'єкт інформаційних відносин – це документована або публічно оголошена інформація про події та явища в галузі політики, економіки, культури, охорони здоров'я, а також у соціальній, екологічній, міжнародній та інших сферах.

Одержання інформації – це набуття, придбання, накопичення відповідно до чинного законодавства України документованої або публічно оголошеної інформації громадянами, юридичними особами або державою.

Оперативність інформації – це актуальність інформації за умов зміни ситуації.

Організація інформаційної діяльності у сфері управління – це спосіб функціонування структурних елементів будь-якої інформаційної системи (підприємства, політичної партії, держави).

Первинна інформація – це інформація зібрана вперше для розв'язання якого-небудь завдання.

Первинний документ – це документ, що містить в собі вихідну інформацію.

Пертинентність – це ступінь відповідності змісту документа, знайденого в результаті інформаційного пошуку, інформаційній потребі, вираженій в інформаційному запиті.

Податкова інформація – це сукупність відомостей і даних, що створені або отримані суб'єктами інформаційних відносин у процесі поточної діяльності і необхідні для реалізації покладених на контролюючі органи завдань і функцій.

Поширення інформації – це розповсюдження, обнародування, реалізація у встановленому Законом порядку документованої або публічно оголошеної інформації.

Пошукова система – це система, що складається з трьох компонентів: пошукової машини (робота), яка досліджує веб-сайти і заносить сторінки в індекс системи; індексу системи, в якому зберігаються перетворені особливим чином текстові складові всіх відвіданих та проіндексованих роботом HTML-сторінок і текстових файлів; системи пошуку – програми, яка обробляє запит користувача, знаходить в індексі документи, які відповідають критеріям запиту, і виводить список знайдених документів в порядку убунання релевантності.

Повнота інформації – це властивість інформації містити в собі необхідний мінімальний обсяг відомостей для прийняття правильного рішення.

Повнотекстова пошукова система – пошукова система, що індексує всі слова на веб-сторінці (іноді за винятком стоп-слів) і враховує порядок їх розташування.

Правова інформація – це будь-які відомості про право, його систему, джерела, реалізацію, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику.

Право власності на інформацію – це врегульовані Законом суспільні відносини щодо володіння, користування і розпорядження інформацією.

Предмет суспільного інтересу – це інформація, яка свідчить про державному суверенітету, територіальній цілісності України; забезпечує реалізацію конституційних прав, свобод і обов'язків; свідчить про можливість порушення прав людини, введення громадськості в оману, шкідливі екологічні та інші негативні наслідки діяльності (бездіяльності) фізичних або юридичних осіб тощо.

Представництво інформаційного агентства в Україні – це зареєстрована в Україні відповідно до чинного законодавства як суб'єкт інформаційної діяльності будь-яка установа (бюро, представництво, корпункт тощо), що представляє в Україні державне або недержавне

інформаційне агентство, зареєстроване як юридична особа згідно з чинним законодавством відповідної країни, і яке здійснює свою діяльність в Україні у сфері інформації відповідно до Закону України «Про інформацію» та Закону України «про інформаційні агентства».

Презентація – це відкрита або закрита короткочасна інформаційно-рекламна демонстрація однією або кількома особами своєї продукції, включаючи розповсюдження інформації про себе, організована для визначених представників державної влади, підприємницьких кіл та засобів масової інформації.

Проект інформатизації – це комплекс взаємопов'язаних заходів, як правило, інвестиційного характеру, що узгоджені за часом, використанням певних матеріально-технічних, інформаційних, людських, фінансових та інших ресурсів і мають на меті створення заздалегідь визначених інформаційних і телекомунікаційних систем, засобів інформатизації та інформаційних ресурсів, які відповідають певним технічним умовам і показникам якості.

Режим доступу до інформації – це передбачений правовими нормами порядок одержання, використання, поширення і зберігання інформації.

Реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару;

Рекламна діяльність – це донесення до споживача спеціальної інформації про предмет реклами

Релевантність – це визначена пошуковим алгоритмом міра відповідності результатів пошуку завданню поставленому в пошуковому запиті; пропорція ключових слів або фраз, що містяться в тексті і їх відповідність з точки зору пошукової системи тим чи іншим пошуковим запитам.

Релевантність документа – це міра того, наскільки повно той чи інший документ відповідає критеріям, зазначеним у запиті користувача; далеко не завжди

документ, визнаний пошуковою системою найбільш релевантним, є таким на думку самого користувача.

Соціологічна інформація – це будь-які документовані відомості про ставлення до окремих осіб, подій, явищ, процесів, фактів тощо.

Суб'єкт інформаційної діяльності – це суб'єкт (фізична особа, юридична особа, держава), який намагається певним чином впливати на своє інформаційне середовище.

Суб'єкти інформаційних відносин – це громадяни України; юридичні особи; держава; інші держави, їх громадяни та юридичні особи, міжнародні організації та особи без громадянства.

Статистична інформація – документована інформація, що дає кількісну характеристику масових явищ та процесів, які відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя суспільства.

Стандарт – це загальноприйнятий і узгоджений спосіб виконання чого-небудь.

Точність інформації – це припустимий рівень її викривлення, що визначається характером завдань, які вирішує той чи інший суб'єкт.

Учасники інформаційних відносин – це громадяни, юридичні особи або держава, які набувають передбачених Законом прав і обов'язків у процесі інформаційної діяльності; основні учасники цих відносин: автори, споживачі, поширювачі, зберігачі (охоронці) інформації.

Фальсифікація інформації – це свідоме приховування правдивої та подання неправдивої інформації.

Цільовий ринок – це ринок, вибраний в результаті дослідження ринків збуту тієї чи іншої продукції або послуги, що характеризується мінімальними витратами на маркетинг і забезпечує для фірми основну частку результату її діяльності (прибутку чи інших критеріїв мети виведення на ринок товару або послуги).

Цінність інформації – це здатність сприяти досягненню мети, що стоїть перед тією чи іншою особою або організацією.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

1. Дати визначення поняття «інформаційна діяльність», наведені у різних нормативно-правових документах.
2. Дати визначення методу інформаційної діяльності.
3. Дати визначення засобу інформаційної діяльності.
4. Охарактеризувати основні історичні етапи розвитку інформаційної діяльності.
5. Назвати перспективи розвитку інформаційної діяльності.
6. Дайте визначення інформаційного ресурсу, наведеного у різних джерелах.
7. Визначте роль інформаційних ресурсів у сучасному суспільстві.
8. Дайте визначення інформаційного продукту та послуги за Законом України «Про інформацію»
9. Назвіть види інформаційних продуктів і послуг.
10. Визначення поняття «база даних».
11. Класифікація інформаційних послуг, що надаються на основі баз даних.
12. Дати визначення інформаційного ринку.
13. Назвати етапи історичного розвитку інформаційного ринку.
14. Дати визначення сектору та сегменту інформаційного ринку.
15. Поділ інформаційного ринку на сектори, їх характеристика.
16. Складові інформаційного ринку.
17. Роль ІД в суспільстві.
18. Охарактеризувати такі властивості як універсальність та специфічність інформаційної діяльності.
19. Види інформаційної діяльності.
20. Виставка: визначення, різновиди, значення. Виставкова діяльність як різновид інформаційної діяльності.
21. Рекламна діяльність як різновид інформаційної діяльності.
22. Інформаційне агентство: визначення.

23. Правила Флеша до формування інформаційних повідомлень.

24. Засоби збору новин.

25. Визначення інформації в інформатиці.

26. перелічити та охарактеризувати форми адекватності інформації.

27. Інформація як об'єкт інформаційної діяльності.

28. Визначення поняття «інформаційна потреба».

29. Мотиви формування інформаційної потреби.

30. Механізм формування інформаційної потреби.

31. Визначення поняття «суб'єкт інформаційної діяльності».

32. Категорії суб'єктів інформаційної діяльності.

33. Інформаційні потреби різних категорій суб'єктів інформаційної діяльності.

34. Класифікація інформаційних потреб.

35. Принципи вивчення інформаційних потреб.

36. Перелічити методологічні задачі вивчення інформаційних потреб.

37. Перелічити організаційно-методичні задачі вивчення інформаційних потреб, чим вони відрізняються від методологічних задач.

38. Основні методи вивчення інформаційних потреб.

39. Охарактеризувати опитування, як основний метод вивчення інформаційних потреб.

40. Назвати установи, котрі регулюють інформаційну діяльність.

41. Назвати підходи до історії появи інформаційного законодавства.

42. Назвати фактори, від яких залежить конкурентний статус інформаційної установи.

43. Закони України, що складають сучасну систему інформаційного законодавства.

44. Охарактеризуйте ЗУ «Про інформацію».

45. Закони України, що регулюють процеси інформатизації України.

46. Економічна ефективність інформаційної діяльності.

47. Чинники, котрі впливають на вартість інформації.
48. Показники рентабельності прибутку.
49. Назвіть напрями підвищення економічної ефективності інформаційного виробництва та їх характеристики.
50. Визначення етики інформаційної діяльності.
51. Зміни внесені інформаційним суспільством в етику.
52. Види відповідальності у професійній етиці.
53. Професійна етика як галузь етики.
54. Формально-логічна модель комунікації К. Шеннона.
55. Психологічні причини викривлення інформації.
56. Психологічна сутність інформаційної потреби.
57. Охарактеризуйте західну і східну модель розвитку інформаційного суспільства.
58. Призначення «Окінавської Хартії Глобального інформаційного суспільства».
59. Перелічити основні історичні етапи розвитку інформаційної діяльності.
60. Назвати провідні інформаційні установи України.
61. Організаційна структура інформаційної діяльності
62. Сутність міжнародної інформаційної діяльності.
63. Процес регулювання міжнародного співробітництва у сфері науково-технічної інформації.
64. Процес регулювання міжнародного співробітництва у галузі зв'язку.
65. Сутність поняття «сервіс» та «інформаційний сервіс».
66. Продукт інформаційного сервісу.
67. Форми прояву інформаційної культури.
68. Назвати основні ознаки інформаційної культури інформаційного працівника.
69. Назвати основні ознаки інформаційного обслуговування.
70. Назвати мету інформаційного обслуговування та задачу інформаційного сервісу.

71. Охарактеризувати процес інформаційного обслуговування.

72. Назвати та охарактеризувати види інформаційного обслуговування.

73. Охарактеризувати інформаційне обслуговування як система доступу до інформації.

74. Охарактеризувати інформаційне обслуговування як соціально-комунікаційний процес.

75. Охарактеризувати інформаційне обслуговування як навігаційно-пошукова діяльність.

76. Охарактеризувати інформаційне обслуговування у просторово-часовому континуумі

77. Дати визначення поняття «інформаційно-аналітичний процес».

78. Принципи інформаційно-аналітичного процесу.

79. Етапи прямого та зворотного процесу підготовки інформаційно-аналітичних документів.

80. Стадії творчого процесу мислення за В. Плетом.

81. Види та характеристики прогнозів.

82. Визначити поняття «пошуковий образ документу» та «пошуковий образ запиту».

83. Складові процесу підготовки інформаційного документа.

84. Різновиди довідок. Характеристика аналітичної довідки, технологічний процес її складання.

85. Структурні компоненти дайджесту.

86. Визначити різницю між рефератом-резюме та рефератом екстрактом.

87. Сфера інформаційного менеджменту: складові.

88. Перелічити завдання інформаційного менеджменту.

89. Охарактеризувати кожне завдання інформаційного менеджменту.

90. Характеристика основних концепцій інформаційного менеджменту.

91. Характеристика інформаційного менеджменту як інноваційного виду діяльності.

92. Характеристика інформаційного моніторингу.

93. Види інформаційних потоків.

94. Етапи процесу управління інформаційними потоками.

95. Перелічити типи інформаційних систем та дати їх характеристику.

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

Питання рубіжного модульного контролю 1

1. В Україні довгострокову трансляційну і кумулятивну функцію виконують:

- А) установи інформаційного консалтингу;
- Б) книговидавничі і книготорговельні установи;
- В) Книжкова Палата України, мережа бібліотек на чолі з Національною бібліотекою ім. Вернадського.

2. Короткострокову трансляційну і кумулятивну функцію виконують:

- А) установи інформаційного консалтингу;
- Б) книговидавничі і книготорговельні установи;
- В) Книжкова Палата України, мережа бібліотек на чолі з Національною бібліотекою ім. Вернадського.

3. Якщо повідомлення А, В, С, D надходять в різних поєднаннях і, якщо ті ж повідомлення надходять в іншій послідовності, то результат їх впливу на користувача:

- А) рівнозначний;
- Б) нерівнозначний.

4. Опитування – це:

- А) прямий метод дослідження інформаційних потреб;
- Б) непрямий метод дослідження інформаційних потреб;

В) кількісно-якісний метод дослідження інформаційних потреб.

5. Прийом, спосіб дій для досягнення та отримання необхідних результатів інформаційної діяльності – це:

- А) метод інформаційної діяльності;
- Б) засіб інформаційної діяльності;
- В) компонент інформаційної діяльності.

6. Рудольф Флеш є автором:

- А) флеш-накопичувача інформації;
- Б) правил;
- В) вказівок.

7. Визначити спосіб досягнення мети по задоволенню інформаційної діяльності дозволяє:

- А) засіб;
- Б) метод;
- В) правило;
- Д) обслуговування.

8. Інформація є найбільш вигідним продуктом:

- А) на інформаційному ринку;
- Б) у виробничій сфері;
- В) у виставковій діяльності.

9. Рекламна та виставкова діяльність є:

- А) різновидами виробничої діяльності;
- Б) різновидами інформаційної діяльності;
- В) різновидами культурно-просвітницької діяльності.

10. Інформація не застаріває, а старить інформацію:

- А) поява нової інформації;
- Б) розвиток науково-технічної галузі;
- В) розвиток інформаційного виробництва.

11. Семантична міра адекватності інформації визначає:

- А) цінність інформації для користувача;
- Б) логіку інформаційного повідомлення;
- В) зміст інформаційного повідомлення.

12. Мета інформаційної діяльності полягає у:

А) формуванні інформаційного середовища, що є не чимось зовнішнім по відношенню до користувача, а сферою, що включає та формує самого користувача;

Б) задоволенні інформаційних потреб суб'єктів інформаційної діяльності;

В) забезпеченні процесу інформаційного обслуговування користувачів інформації.

13. Формулу 5W+1H можна застосувати:

- А) при дослідженні інформаційних потреб;
- Б) підчас проведення рекламної компанії;
- В) при дослідженні інформації як об'єкт інформаційної діяльності.

14. Інформаційна потреба у своїй структурі містить:

- А) від 2-х до 4-компонентів;
- Б) від 2-х до 6-ти компонентів;
- В) 4-ри компоненти.

15. Інформаційні агентства можуть мати статус:
- А) видавця;
 - Б) видавця, розповсюджувача та аналітичного центру;
 - В) редакції.
16. Складовими механізми формування інформаційної потреби є:
- А) компоненти;
 - Б) інформаційний інтерес;
 - В) мотиви та стимули.
17. Інформаційна потреба може бути виражена через:
- А) мотив;
 - Б) інтерес;
 - В) запит;
 - Д) конфлікт.
18. Діяльність, інформаційний інтерес та інформаційний запит приймають участь у формуванні:
- А) інформаційної потреби;
 - Б) інформаційного суспільства;
 - В) інформаційної діяльності;
 - Д) інформаційного обслуговування.
19. Інформагенція Рейтер – це найбільша агенція:
- А) США;
 - Б) Великої Британії;
 - В) Франції.
20. Новина – це:
- А) інформація, що належить до категорії знання;
 - Б) інформація, яка до певного моменту була невідома;
 - В) інформація виключно аналітичного характеру.
21. Спрямованість діяльності інформагентств залежить від:
- А) політики керівництва;
 - Б) штату співробітників;
 - В) інформаційного контенту.
22. До українських агенцій новин належать:
- А) ЮНІАН;
 - Б) ІТАР-ТАСС;
 - В) ПРО;

Д) RegionNews.

23. Синтаксична міра адекватності інформації враховує такі показники:

- А) цінність інформації для користувача;
- Б) швидкість передачі інформації;
- В) логіку побудови інформаційного повідомлення.

24. Абрахам Маслоу є:

- А) розробником теорії інформаційних потреб
- Б) математичної теорії інформації;
- В) ієрархії потреб людини.

кількість кодів, зміст переданої інформації. Так/Ні

25. За організацією інформаційні потреби можуть бути:

- А) структуровані;
- Б) неструктуровані;
- В) колективні.

26. Допоміжна інформаційна діяльність характерна для тих установ, в яких вона:

- А) здійснюється паралельно із основною діяльністю установи;
- Б) інтенсифікує основну діяльність установи;
- В) забезпечує інформаційне обслуговування користувачів інформації.

27. За часовою ознакою інформаційні потреби можуть бути:

- А) релевантними;
- Б) довгостроковими;
- В) короткостроковими;
- Д) ретроспективними.

28. Дослідження інформаційних потреб будується на вирішенні двох блоків задач:

- А) аналітичних;
- Б) методологічних;
- В) методичних;
- Д) концептуально-організаційних.

29. Включена інформаційна діяльність притаманна установам, в яких:

А) відбувається інтенсифікація основної діяльності за рахунок інформаційної діяльності;

Б) здійснюється паралельно із основною діяльністю установи;

В) забезпечує інформаційне обслуговування користувачів інформації.

30. Прагматична міра адекватності інформації передбачає:

А) визначення логіки побудови інформаційного повідомлення;

Б) визначення змісту інформаційного повідомлення;

В) визначення цінності інформації у відповідності до показників якості інформації.

31. Інформаційні агентства виконують:

А) довгострокову функцію накопичення інформації з метою її подальшої трансляції користувачам;

Б) короткострокову функцію накопичення інформації з метою її подальшої трансляції користувачам;

32. Інформація як об'єкт інформаційної діяльності:

А) може не бути взаємопов'язаною із інформаційною потребою;

Б) не завжди взаємопов'язана з інформаційною потребою;

В) взаємопов'язана з інформаційною потребою.

33. В основі інформаційної потреби лежить

А) конфлікт;

Б) інформація;

В) інформаційна діяльність.

34. Інформація та інформаційні потреби є:

А) різнорівневими об'єктами інформаційної діяльності;

Б) нерівнозначними об'єктами інформаційної діяльності;

В) рівнозначними об'єктами інформаційної діяльності.

35. До первинного інформаційного сектору належать:

А) видавництва;

- Б) розробники програмного забезпечення;
В) засоби масового спілкування належать.
36. Інформаційна технологія – це:
А) сукупність засобів;
Б) алгоритм обробки інформації;
В) апаратне та програмне забезпечення.
37. В основі прямих методів дослідження інформаційних потреб лежить:
А) виявлення причин явищ;
Б) отримання даних суб'єктивного характеру;
В) отримання даних об'єктивного характеру.
38. Для непрямих методів дослідження інформаційних потреб характерним є:
А) суб'єктивізм;
Б) об'єктивізм.
39. Неадекватність вираження – це:
А) властивість інформаційної діяльності;
Б) властивість інформації; в) властивість інформаційної потреби.
40. Установи вторинного інформаційного сектору:
А) довідкові служби;
Б) інформаційні служби;
В) видавництва;
Д) засоби масової інформації.
41. До прямих методів дослідження інформаційних потреб належать:
А) анкетування;
Б) аналіз заявок користувачів;
В) опитування.
42. До інструментарію інформаційної діяльності належать:
А) інформаційні потреби;
Б) настільні видавничі системи, електронні таблиці, електронні записні книжки, електронні календарі;
В) аналіз і синтез.
43. Придбання інформації видавцями з подальшим продажем права на відтворення матеріалів характерне для:
А) видавництв;

- Б) агентств новин;
- В) рекламних агентств.

44. Отримати необхідну інформації з «перших рук» дозволяють:

- А) інформаційні агентства;
- Б) редакції;
- В) PR-джерела дозволяють.

45. Потреба у широкотематичній та вузькотематичній інформації – це:

А) головна умова здійснення інформаційної діяльності;

- Б) різновид інформаційної потреби;
- В) складова інформаційної потреби.

46. Агентство Юнайтед Прес Інтернешнл – провідне інформагентство:

- А) Великої Британії;
- Б) США;
- В) Німеччини.

47. Достовірність та своєчасність інформації – це:

- А) властивості інформації;
- Б) компоненти інформації;
- В) критерії якості інформації.

48. У відповідності до математичної теорії інформатики інформація – це:

- А) знання;
- Б) знята невизначеність;
- В) множина символів.

49. Статус інформаційного агентства визначено у Законі України:

А) «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»;

- Б) «Про інформаційні агентства»;
- В) «Про видавничу справу».

50. Релевантність та пертинентність – це:

- А) властивості інформаційної потреби;
- Б) критерії інформації;
- В) показники інформації.

51. Перші дослідження інформаційних потреб були проведені наприкінці 40-х років:

- А) в Європі;
- Б) у США;
- В) в Японії.

52. Агентства новин, фотоагентства та бібліотеки фотографій є складовими структури:

- А) рекламного агентства;
- Б) інформаційно-аналітичної установи;
- В) інформаційного агентства.

53. Функціонування інформагентств направлене на:

А) інформаційне обслуговування користувачів інформації;

Б) оперативне постачання інформацією аналітичних центрів та засобів масової інформації;

В) партнерство із ЗМІ.

54. Закон України «Про Інформаційні агентства», прийнятий 28.02.2005, визначає надання інформаційних послуг як:

- А) мету діяльності інформаційних агентств;
- Б) засіб діяльності інформаційних агентств;
- В) обов'язок діяльності інформаційних агентств.

55. Семантична та прагматична міри – це:

- А) показники якості інформації;
- Б) критерії якості інформації;
- В) чинники якості інформації.

56. Інформація – це відображена реальність. Це трактування інформації з позицій:

- А) математичної теорії інформації;
- Б) філософського знання;
- В) інформатики.

57. Дослідження інформаційних потреб – це:

А) необов'язковий етап діяльності інформаційних установ;

Б) проміжний етап діяльності інформаційних установ;

В) обов'язковий етап діяльності інформаційних установ.

58. Властивість або здатність живих систем реагувати на неузгодженість між необхідними та наявними зовнішніми та внутрішніми умовами їх життєдіяльності визначають:

- А) інформаційну потребу;
- Б) потребу;
- В) інформаційний запит.

59. Гіпотеза та доказ лежать в основі:

- А) непрямих методів дослідження інформаційних потреб;
- Б) прямих методів дослідження інформаційних потреб.

60. Недостовірність та суперечливість – це властивості:

- А) інформації;
- Б) інформаційного запиту;
- В) інформаційних потреб.

61. Іноземні кореспонденти та репортери – це:

- А) штатні працівники інформагенції;
- Б) позаштатні працівники інформагенції;
- В) спеціальні кореспонденти.

62. Потреба у потенційно необхідній інформації – це:

- А) властивість інформаційної потреби;
- Б) компонент інформаційної потреби;
- В) сутність інформації потреби.

63. Інформагенції:

- А) не можуть надавати інформацію окремим користувачам;
- Б) можуть надавати інформацію окремим користувачам.

64. Усвідомлена необхідність у додаткових знаннях – це:

- А) одна із сутностей інформаційної діяльності;
- Б) одна із складових інформаційної потреби;
- В) одна із різновидів інформаційної потреби.

65. Синдикати є:

- А) засобами збору новин, статей, фотографій та інших редакційних матеріалів;

Б) інструментами збору новин, статей, фотографій та інших редакційних матеріалів;

В) методами збору новин, статей, фотографій та інших редакційних матеріалів.

66. За змістом інформаційна потреба може бути:

А) структурованою;

Б) фрагментарною;

В) пізнавальною.

67. Однією із властивостей інформаційної потреби може бути її:

А) неструктурованість;

Б) семантичність;

В) логічність.

68. Після задоволення інформаційної потреби цінність отриманої інформації:

А) не зникає;

Б) зникає.

69. Аналіз заявок на видачу інформації є:

А) прямим методом дослідження інформаційних потреб;

Б) непрямим методом дослідження інформаційних потреб.

70. Надавати матеріал для регулярних колонок та відшукують матеріал за заданою тематикою можуть:

А) кореспонденти;

Б) репортери;

В) автори статей.

71. Інформаційна потреба може виражатися у інформаційному запиті через:

А) мотив;

Б) інформаційний інтерес;

В) діяльність.

72. Усвідомлена інформація являє собою:

А) тезаурус користувача;

Б) знання користувача;

В) інформаційний потенціал користувача.

73. Тезаурус користувача чи системи є складовою:

А) синтаксичної міри адекватності інформації;

- Б) семантичної міри адекватності інформації;
- В) прагматичної міри адекватності інформації.

74. Адекватність інформації – це:

- А) рівень відповідності інформаційного образу реальному об'єкту;
- Б) рівень відповідності тезаурусу реальному об'єкту.;
- В) рівень відповідності реального об'єкта інформаційному образу.

75. Розробка методів та засобів досягнення поставленої мети – це складові:

- А) методологічного блоку дослідження інформаційних потреб;
- Б) концептуально-організаційного блоку дослідження інформаційних потреб;
- В) методичного блоку дослідження інформаційних потреб. Так/Ні

76. Інформагенція як суб'єкт інформаційної діяльності визначається у Законі України:

- А) «Про інформацію»;
- Б) «Про інформаційні агентства»;
- В) «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні».

77. Інформація – це поняття:

- А) статичне, у визначенні, якого мало, що змінюється з часом;
- Б) динамічне, у визначенні якого із часом відбуваються зміни.

78. Основною інформаційна діяльність є для установ,:

- А) де інформаційна діяльність здійснюється паралельно із основною діяльністю;
- Б) спеціально створених для інформаційного обслуговування та забезпечення;
- В) де інформаційна діяльність інтенсифікує основну діяльність.

79. Наукометрія, інформетрія – це:

- А) загальнонаукові методи дослідження інформації;
- Б) спеціальні методи дослідження інформації.

80. Інформаційні установи, що виконують довгострокову функцію накопичення та трансляції інформації відіграють роль:

- А) інститутів соціального управління;
- Б) інститутів соціальної пам'яті;
- В) інститутів культурного надбання.

81. Порівняльний аналіз входить до складу:

- А) принципів дослідження інформаційних потреб;
- Б) методів дослідження інформаційних потреб;
- В) інструментів дослідження інформаційних потреб.

82. Репортери, що працюють на інформагентство у різних великих містах світу:

- А) позаштатні автори статей;
- Б) позаштатні кореспонденти;
- В) позаштатні репортери.

Питання рубіжного модульного контролю 2

1. Закон України «Про інформацію» вступив в дію:

- А) 10 жовтня 1992 р.;
- Б) 2 жовтня 1992 р.;
- В) 20 травня 2015 р.

2. Інформаційна культура має три форми прояву:

- А) комфортне обслуговування;
- Б) культура інформаційної системи;
- В) соціальна роль у суспільстві;
- Г) інформаційна культура особистості;
- Д) цілеспрямоване навчання інформаційної культури;
- Е) уміння людини цілеспрямовано працювати з інформацією.

інформацією.

3. Інформаційна культура, як професійна якість інформаційного працівника проявляється :

- А) в інформаційному обслуговуванні;
- Б) у знанні особливостей інформаційних потоків у своїй сфері діяльності;
- В) в інформаційному сервісі;
- Г) у умінні працювати з різною інформацією;

Д) в оволодінні основами аналітичної обробки інформації;

Е) в умінні витягати інформацію з різних джерел релевантно запитам і пертинентно потребам;

Є) у здатності використовувати у своїй діяльності інформаційні технології;

Ж) у конкретних навичках по використанню технічних пристроїв для збору, обробки, передачі інформації.

4. Фальсифікація інформації – це:

А) свідоме приховування правдивої та подання неправдивої інформації;

Б) замовчування інформації;

В) несвідоме викривлення інформації.

5. Типи рішень:

А) запрограмовані;

Б) інтуїтивні;

В) засновані на судженнях.

6. Підходи до прийняття рішень:

А) незапрограмований;

Б) раціональний;

В) заснований на судженнях.

7. Інтуїтивний підхід – це:

А) вибір обумовлений знаннями та накопченим досвідом;

Б) вибір, зроблений на підставі відчуття, що він правильний.

В) вибір, що обґрунтовується за допомогою об'єктивного аналітичного процесу.

8. Вибір обумовлений знаннями та накопченим досвідом – це:

А) інтуїтивний підхід до прийняття рішень;

Б) раціональний підхід до прийняття рішень;

В) підхід, заснований на судженнях.

9. Раціональні рішення базуються на:

А) теорії перспективи, сформульованої у 1979 р. американськими психологами Канеманом і Тверські;

Б) теорії очікуваної вигоди, сформульованої у 1947 р. фон Нейманом і Моргенштерном.

10. Основні принципи теорії очікуваної вигоди:

- А) неперервність;
- Б) цінність;
- В) порядок альтернатив.

11. Ключові понятті теорії перспективи:

- А) транзитивність;
- Б) втрата;
- В) погашення;
- Г) надбання.

12. Суть принципу порядку альтернатив:

А) вибір між двома альтернативами повинен здійснюватися на підставі різниці, що існує між ними, а не на підставі спільних рис;

Б) для раціонального прийняття рішень необхідно порівняти принаймні дві альтернативи;

В) прийняття рішень не залежить від способу подачі альтернатив.

13. Суть принципу інваріантності:

А) вибір між двома альтернативами повинен здійснюватися на підставі різниці, що існує між ними, а не на підставі спільних рис;

Б) для раціонального прийняття рішень необхідно порівняти принаймні дві альтернативи;

В) прийняття рішень не залежить від способу подачі альтернатив.

14. Теорія перспектив сформульована:

- А) фон Нейманом і Моргенштерном;
- Б) Моргенштерном і Тверські;
- В) Канеманом і Тверські.

15. Теорія очікуваної вигоди сформульована:

- А) Канеманом і Тверські;
- Б) фон Нейманом і Моргенштерном;
- В) фон Нейманом і Канеманом.

16. Групи норм права, що регулюють інформаційну діяльність:

- А) законні та нормативні акти саме про інформацію;
- Б) законодавчі та нормативні акти з питань охорони прав інтелектуальної власності;

В) законодавчі та нормативні акти з питань охорони прав підприємництва.

17. Офіційні форми, в яких здійснюється встановлення, зміна або відміна правових норм – це:

А) інформаційне законодавство;

Б) джерела права;

В) інформаційно-правові норми.

18. Правові звичаї (традиції), судові прецеденти, міжнародні угоди – це:

А) інформаційно-правові норми;

Б) джерела права;

В) інформаційне законодавство.

19. Дія цього Закону України поширюється на інформаційні відносини, які виникають у всіх сферах життя та діяльності суспільства та держави при одержанні, використанні, поширенні та зберіганні інформації:

А) «Про інформаційні агентства»;

Б) «Про інформацію»;

В) «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні».

20. Цей Закон України визначає інформацію як документовані або публічно оголошені про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому середовищі:

А) «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»;

Б) «Про інформаційні агентства»;

В) «Про державну таємницю»;

Г) «Про інформацію»;

Д) «Про захист інформації в автоматизованих системах».

Питання рубіжного модульного контролю 3

1. Сервіс – це:

А) невід’ємний компонент розумового процесу, який супроводжує будь-яку інтелектуальну діяльність;

Б) знаки/інформація, втілені в інформаційному продукті;

В) метод інформаційної діяльності та область професійної діяльності щодо здійснення пошуку та розповсюдження інформації з метою задоволення інформаційних потреб;

Г) елемент інформаційного сервісу;

Д) будь-який різновид суспільно-корисної праці, спрямована на задоволення розумних потреб.

2. Знання/інформація, втілені в інформаційному продукті – це:

А) засіб конкурентної боротьби на інформаційному ринку;

Б) продукт інформаційного сервісу;

В) продукт інформаційної культури.

3. Інформаційне обслуговування – це:

А) невід’ємний компонент розумового процесу, який супроводжує будь-яку інтелектуальну діяльність;

Б) знаки/інформація, втілені в інформаційному продукті;

В) метод інформаційної діяльності та область професійної діяльності щодо здійснення пошуку та розповсюдження інформації з метою задоволення інформаційних потреб;

Г) елемент інформаційного сервісу;

Д) будь-який різновид суспільно-корисної праці, спрямована на задоволення розумних потреб.

4. Інформаційне обслуговування є:

А) сервісом;

Б) елементом інформаційного сервісу;

В) елементом інформаційної культури.

5. “Формування інформаційного середовища, яка є не чимось зовнішнім по відношенню користувачеві, а сферою включає і формує самого користувача” – це:

А) мета інформаційного обслуговування;

Б) мета інформаційної діяльності;

В) завдання інформаційного сервісу;

Г) мета інформаційної культури.

6. Інформаційне обслуговування має дві складові:

А) інформаційне забезпечення та інформаційну культуру;

Б) інформаційне забезпечення, види й форми інформаційного обслуговування ;

В) інформаційне забезпечення та інформаційний сервіс.

7. Мета інформаційного обслуговування:

А) задоволення інформаційних потреб;

Б) створення умов для задоволення потреб;

В) комфортне обслуговування.

8. Інформаційне обслуговування реалізується в трьох аспектах:

А) як документографічне обслуговування;

Б) у ході інформаційного обслуговування споживач інформації може вступати в безпосередній зв'язок з інформаційними ресурсами і сам отримувати необхідну інформацію;

В) як концептографічне обслуговування;

Г) в ході інформаційного обслуговування зв'язок споживача інформації з інформаційними ресурсами опосередковується інформаційним працівником або матеріально-технічною базою;

Д) інформаційне обслуговування здійснюється безпосередньо в управлінні, тобто в ході інформаційного обслуговування забезпечується прийняття управлінських рішень.

9. Інформаційне обслуговування має риси спільної діяльності і носить діалоговий характер через:

А) наявності двох типів суб'єктів (1-й тип суб'єкта – виконує і 2-й тип суб'єкта – отримує інформаційну послугу);

Б) наявності факторів зовнішнього і внутрішнього середовища інформаційного установи;

В) наявності інформаційних потоків та інформаційних масивів в установі.

10. Фактографічне обслуговування – це:

А) аспект інформаційного обслуговування;

Б) вид інформаційного обслуговування;

В) аспект інформаційної культури.

11. Види інформаційного обслуговування:

- А) консультаційне обслуговування;
- Б) документографічне обслуговування;
- В) бібліотечне обслуговування;
- Г) фактографічне обслуговування;
- Д) концептографічне обслуговування.

12. Процес інформаційного обслуговування можна представити у вигляді задачі, в якій є:

- А) запит користувача;
- Б) умова;
- В) фактори зовнішнього і внутрішнього середовища;
- Г) рішення;
- Д) відповідь;
- Е) перевірка.

13. Інформаційна послуга в інформаційному обслуговуванні – це:

- А) умова;
- Б) рішення;
- В) відповідь;
- Г) перевірка.

14. Динамічність і відкритість – це характеристики інформаційного обслуговування як:

- А) сфери діяльності;
- Б) системи;
- В) пошуково-навігаційної діяльності.

15. Документографічне обслуговування – це:

А) надання фактів, відомостей, витягнутих з документів;

Б) безпосереднє отримання споживачем запитуваного/шуканого документа;

В) надання вторинного документа, що містить інтерпретовані інформаційним працівником дані, витягнуті з первинного документа.

16. Фактографічне обслуговування – це:

А) надання фактів, відомостей, витягнутих з документів;

Б) безпосереднє отримання споживачем запитуваного/шуканого документа;

В) надання вторинного документа, що містить інтерпретовані інформаційним працівником дані, витягнуті з первинного документа.

17. Концептографічне обслуговування – це:

А) надання фактів, відомостей, витягнутих з документів;

Б) безпосереднє отримання споживачем запитуваного/шуканого документа;

В) надання вторинного документа, що містить інтерпретовані інформаційним працівником дані, витягнуті з первинного документа.

18. Кожен з видів інформаційного обслуговування включає в себе два режими:

А) «запит-відповідь»;

Б) «користувач-документ»;

В) «поточне інформування»;

Г) «користувач-інформаційний працівник-документ».

19. Етапи документографічного обслуговування:

А) встановлення наявності документа в тому чи іншому інформаційному масиві;

Б) надання користувачеві знайденого документа;

В) виявлення сукупності документів;

Г) витяг даних із сукупності документів;

Д) обробка та надання даних в тому вигляді, в якому вони представлені в документах;

Е) всі перераховані вище етапи + аналітична обробка даних.

20. Етапи фактографічного обслуговування:

А) встановлення наявності документа в тому чи іншому інформаційному масиві;

Б) надання користувачеві знайденого документа;

В) виявлення сукупності документів;

Г) витяг даних із сукупності документів;

Д) обробка та надання даних в тому вигляді, в якому вони представлені в документах;

Е) всі перераховані вище етапи + аналітична обробка даних.

21. Етапи концептографічного обслуговування:

А) встановлення наявності документа в тому чи іншому інформаційному масиві;

Б) надання користувачеві знайденого документа;

В) виявлення сукупності документів;

Г) витяг даних із сукупності документів;

Д) обробка та надання даних в тому вигляді, в якому вони представлені в документах;

Е) всі перераховані вище етапи + аналітична обробка даних.

22. Вторинні документи документографічного обслуговування:

А) бібліографічний опис;

Б) анотації;

В) фактографічні опису (довідки, таблиці, статті в довідниках).

23. Вторинні документи фактографічного обслуговування:

А) прогнозні дослідження;

Б) анотації;

В) реферативні огляди.

24. Вторинні документи концептографічного обслуговування:

А) бібліографічний опис;

Б) консультації;

В) розгорнуті аналітичні реферати.

25. Єдність основної мети (задоволення інформаційних потреб) і підсистем інформаційного обслуговування:

А) характеризує інформаційне обслуговування, як складну організаційну систему;

Б) характеризує інформаційне обслуговування, як феномен культури;

В) характеризує інформаційне обслуговування, як навігаційно-пошукову діяльність;

Г) характеризує інформаційне обслуговування, як систему доступу до інформації.

26. Культура розглядається як система кодів, що закріплюють історично накопичений досвід, з точки зору:

- А) зберігання;
- Б) інформації та її розуміння;
- В) доступу до інформації.

27. Доступ до інформації, який забезпечує інформаційне обслуговування, можна розглядати, як:

А) систему кодів, що закріплюють історично накопичений досвід;

Б) подолання простору між документом, інформацією і користувачем, що здійснюється інформаційним працівником у формі послуг (редакція, розсилка, продаж, електронна зв'язок тощо)

В) створення умов роботи з інформацією.

28. Завдання інформаційного обслуговування, як системи доступу до інформації полягає:

- А) у задоволенні інформаційних потреб;
- Б) у створенні комфортних умов обслуговування;
- В) у створенні можливості для надання інформаційної послуги, здатної забезпечити доступ користувачів до інформації, знань, документів і тим самим задовольнити їхні інформаційні потреби.

29. Технологія інформаційного обслуговування – це:

А) процес забезпечення умов доступу, пошуку та обробки інформації;

Б) сукупність методів, технологічних процесів і програмно-технічних коштів, об'єднаних в технологічний комплекс, що забезпечує виробництво і надання інформаційних послуг;

В) послідовність дій над інформаційним запитом та іншими об'єктами з метою виробництва інформаційної послуги.

30. За якою ознакою класифікації виділяють документні, довідкові, інформаційні послуги:

- А) за інформаційним потребам;
- Б) за інформаційними запитам;

- В) за видом інформаційної послуги;
- Г) за видом інформаційного продукту.

31. За інформаційним запитом виділяють такі види інформаційних послуг:

- А) дослідницькі;
- Б) фактографічні;
- В) навчально-консультаційні;
- Г) комплексні;
- Д) документографічні;
- Е) концептографічні.

32. З точки зору інформаційних процесів, що здійснюється в суспільстві, в Україні спостерігається два процеси в зборі, обробці та зберіганні інформації:

- А) централізація;
- Б) універсалізація;
- В) децентралізація;
- Г) спеціалізація.

33. Інформаційна діяльність за своїм видовим призначенням має три напрями розвитку:

- А) універсальна діяльність;
- Б) загальнодержавна діяльність;
- В) галузева діяльність;
- Г) комерційна діяльність;
- Д) відомчо-організаційна діяльність.

34. З точки зору організації існує два незалежних сектора інформаційної діяльності:

- А) регіональний;
- Б) державний;
- В) місцевий;
- Г) комерційний.

35. Загальнодержавний, регіональний і місцевий рівень інформаційної діяльності виділяються:

- А) за організаційною ознакою;
- Б) за територіальною ознакою;
- В) за галузевою ознакою;
- Г) за видовою належністю.

36. Інформаційно-аналітичний процес – це:

А) процес обробки інформаційного запиту у цілях виробництва інформаційної послуги;

Б) процес пошуку, збору, обробки та надання інформації у формі придатній для її використання при прийнятті управлінських рішень;

В) процес забезпечення умов доступу, пошуку та обробки інформації.

37. Стадії творчого процесу:

А) збір фактів;

Б) осмислення матеріалу;

В) перевірка висновків.

38. Прогноз – це:

А) визначення шляхів і термінів досягнення можливих станів явища;

Б) науково обґрунтоване судження про можливі стани об'єкта в майбутньому і/або альтернативних шляхах і термінах їх здійснення;

В) визначення перспектив тільки кількісних змін.

39. Етапи інформаційно-аналітичного процесу:

А) визначення термінів і понять;

Б) побудова плану;

В) тлумачення фактів.

40. Принципи організації інформаційно-аналітичного процесу, сформульовані Вашингтоном Плетом:

А) адекватність;

Б) достовірність;

В) науковість;

Г) своєчасність;

Д) якість.

Питання рубіжного модульного контролю 4

1. Інформаційний менеджмент – це:

А) новий тип управління організацією на основі комплексного використання всіх видів інформації, що циркулює в організації, так і за її межами;

Б) постійне спостереження за змінами в інформаційних потоках;

В) визначення шляхів і термінів досягнення можливих станів явища.

2. Модель організації:

А) комунікаційна модель;

Б) технологічна модель;

В) інформаційна модель.

3. Види інформаційних систем:

А) інформаційна система технологічного рівня;

Б) інформаційна система тактичного рівня;

В) інформаційна система оперативного рівня.

4. Напрямки розвитку інформаційного менеджменту:

А) ІТ-менеджмент;

Б) інформаційне забезпечення діяльності підприємства;

В) формування комунікаційної політики організації.

5. Концепції інформаційного менеджменту:

А) концепція ІТ-менеджменту;

Б) інформаційний менеджмент як елемент традиційного менеджменту;

В) концепція прогнозного менеджменту.

6. Рівні організації інформаційної діяльності у сфері управління:

А) міжнародний;

Б) самоорганізаційний;

В) індивідуальний;

Г) підприємство або некомерційна організація.

7. Для ефективної організації інформаційної діяльності у сфері управління необхідно, щоб інформація мала форму:

А) інформаційних потоків;

Б) інформаційних ресурсів;

В) баз даних;

Г) інформаційних продуктів та послуг.

8. Тематика запиту, форма інформаційних матеріалів, інформаційні функції – це:

А) критерії інформаційних ресурсів в сфері управління;

Б) «чинники-організатори» інформаційних ресурсів в сфері управління;

В) характеристики інформаційних ресурсів в сфері управління.

9. Головна задача інформаційного менеджменту:

А) прийняття рішень і контроль за їх виконанням розглядаються як інформаційні процеси;

Б) інформаційна підтримка основної діяльності організації;

В) диспетчеризація, створення довідково-інформаційних фондів і пошукових систем.

10. У межах концепції управління інформаційними ресурсами виділяють такі складові інформаційного менеджменту:

А) предметний інформаційний менеджмент;

Б) комунікаційний менеджмент;

В) технологічний інформаційний менеджмент.

11. Системи підтримки прийняття рішень – це:

А) спосіб перетворення, початкових станів у кінцеві, задані, який може здійснюватися у матеріалах, інформації та людях;

Б) спосіб задоволення інформаційних потреб усіх без винятку співробітників компанії, що мають справу з прийняттям рішень;

В) тип інформаційних систем, у яких за допомогою досить складних запитів здійснюється добір і аналіз даних у різних розрізах і за різними показниками.

12. Схема потоків інформації, використовуваної в процесі управління, відображає різні процедури виконання функцій управління організацією і представляє за кожним завданням зв'язок вхідних і вихідних документів та показників – це:

А) інформаційний потік;

Б) інформаційна модель організації ;

В) інформаційна система.

13. Відповідним чином поійменована, структурована сукупність взаємопов'язаних даних, що характеризують

окрему предметну область і перебувають під управлінням системи управління базою даних – це:

- А) інформаційна база;
- Б) предметна область;
- В) база даних.

14. Не тільки обмін інформацією, її змістом але і різні форми зв'язку між людьми, що спрямовані на досягнення цілей компанії – це:

- А) технологія комунікації;
- Б) комунікація;
- В) Інтернет-комунікація.

15. Результат спеціального технологічного процесу, що здійснюється з повідомленнями і спрямований на створення готового інформаційного продукту – це:

- А) конфіденційна інформація;
- Б) управлінська інформація;
- В) економічна інформація.

Тестові контрольні завдання підсумкового контролю

Підсумковий контроль здійснюється якщо студент набрав менш ніж 60 балів з проведенням іспиту з урахуванням вагового коефіцієнту (ВК). Форма проведення іспиту – тестування (письмового або за допомогою ПЕОМ).

При проведенні іспиту використовується банк тестових питань для підсумкового контролю. В банк тестових питань входять питання першого та другого рубіжного модульного контролю.

ДЛЯ НОТАТОК

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ
ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Програма та навчально-методичні матеріали до курсу для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність»

Шелестова Анна Миколаївна

Друкується в авторській редакції

Комп'ютерний набір Шелестова А. М.

Комп'ютерна верстка Шелестова А. М.

План 2016

Підписано до друку 03.03.2016 р. Формат 60x84/16

Гарнітура «Times». Папір для мн. ап. Друк ризограф.

Ум. друк. арк. 5,2. Обл.-вид. арк. 4,53. Тираж 100 Зам. № 24

ХДАК, 61003, Харків-3, Бурсацький узвіз,4

Надруковано в лаб. множ. техніки ХДАК