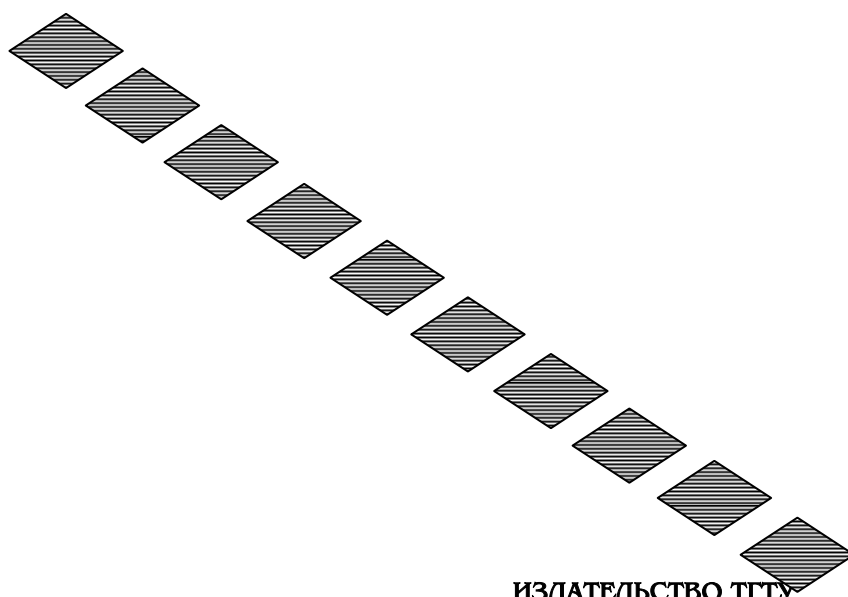


ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ИНФОРМАЦИОННЫЙ БИЗНЕС



ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ



ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ИНФОРМАЦИОННЫЙ БИЗНЕС

Программа, методические рекомендации

Составитель
МОЛОТКОВА Наталия Вячеславовна

Редактор В.Н. Митрофанова
Компьютерное макетирование М.А. Филатовой

Подписано в печать 27.06.06
Формат 60 × 84 / 16. Бумага газетная. Гарнитура Times New Roman.
1,30 уч.-изд. л. Тираж 100 экз. Заказ № 347

Издательско-полиграфический центр
Тамбовского государственного технического университета,
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14
Министерство образования и науки Российской Федерации
ГОУ ВПО "Тамбовский государственный технический университет"

ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ИНФОРМАЦИОННЫЙ БИЗНЕС

Программа, методические рекомендации для студентов 5–6 курсов направлений подготовки 080300, 080301,
080700



Тамбов
◆ Издательство ТГТУ ◆
2006

УДК 347.71(073)
ББК У9(2)-13я73-5
О636

Рецензент

Кандидат экономических наук, доцент
Тамбовского государственного технического университета
В.Л. Пархоменко

С о с т а в и т е л ь
Н.В. Молоткова

О636 Организация коммерческой деятельности: информационный бизнес : программа, метод. рекомендации / Сост. Н.В. Молоткова. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 24 с. Тираж 100 экз.

Приведена программа по дисциплине «Экономика информационного производства», даны рекомендации по организации лабораторно-практических работ.

Предназначена для студентов направлений 080300 "Коммерция", 080301 "Бизнес-информатика", 080700 "Информационные системы в экономике".

УДК 347.71(073)
ББК У9(2)-13я73-5

© ГОУ ВПО "Тамбовский государственный
технический университет" (ТГТУ), 2006

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ "ЭКОНОМИКА ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОИЗВОДСТВА"

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся понимания профессиональной сущности решаемых задач, овладение технологиями организации коммерческой деятельности в сфере информационного бизнеса.

Данная дисциплина позволяет сформировать у студентов системное видение организации профессиональной деятельности на рынке информационных услуг и продуктов, умения проводить комплексную оценку качества информационных услуг и продуктов, разработать стратегию позиционирования фирмы сферы информационного бизнеса в условиях современной конкурентной среды.

Учебно-тематический план

Тема	Количество часов		
	Лекции	Практикум	Самостоятельная работа
1 Информационный бизнес: понятие, функции	2		4
2 Бизнес-информация: понятия, виды	2		4
3 Информационная услуга	2		4
4 Информационный продукт	8	10	20
5 Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг	6	6	6
6 Хозяйствующие субъекты в сфере информационного бизнеса	6	6	10
7 Ценообразование в сфере информационного бизнеса	2	6	10
8 Перспективы развития информационного бизнеса	4	4	6
9 Индустрия знаний как направление развития информационного бизнеса	2	2	4
ВСЕГО часов	34	34	68
		136	

Содержание дисциплины

Тема 1. Информационный бизнес

Основные понятия, функции информационного бизнеса как особого сектора экономики. Тенденции становления и развития информационного бизнеса в мире, российские особенности. Перспективы развития данной отрасли экономики.

Тема 2. Бизнес-информация

Понятие бизнес-информации, ее виды. Основные источники бизнес-информации (первичные и вторичные). Классификация источников, оценка их релевантности.

Тема 3. Информационная услуга

Информационная услуга: понятие, специфика предоставления. Классификация информационных услуг. Характеристики информационных услуг. Механизмы индивидуально-массового предоставления информационных услуг.

Тема 4. Информационный продукт

Информационный продукт, его особенности, виды. Современные технологии создания информационного продукта. Проектирование информационных модулей: понятие информационных модулей, классификация, структура, характеристики. Технология разработки метаинформативного и проблемно-ориентированного информационного модуля. Аналитико-синтетические способы обработки информации. Метод сравнения. Классификация понятий. Обобщение понятий.

Тема 5. Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг

Технологические критерии качества информационных услуг и продуктов. Оценка структуры и содержания информационной услуги. Методы оценки качества информационного продукта. Экономическая эффективность информационного бизнеса. Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки.

Тема 6. Хозяйствующие субъекты в сфере информационного бизнеса

Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса. Виды информационной деятельности. Типология фирм сферы информационного бизнеса. Особенности организации деятельности фирмы на

рынке информационных услуг и продуктов: PR-агентство; аудиторская фирма; информационно-аналитический центр; посреднические фирмы (продажа ПО и ВТ); страховое агентство; общественные организации; образовательные учреждения; консалтинговые фирмы и др.

Тема 7. Ценообразование в сфере информационного бизнеса

Особенности ценообразования на рынке информационных продуктов. Модель цены.

Тема 8. Перспективы развития информационного бизнеса

Разработка и внедрения отраслевых информационных систем: позиционирование отраслевых информационных систем, целевая аудитория, задачи. Проблемы, сдерживающие развития информационного бизнеса в России. Предпосылки перехода России к информационному обществу. Внедрение отраслевых информационных систем. Виды услуг на основе отраслевых информационных систем.

Тема 9. Индустрия знаний как одно из направлений развития информационного бизнеса

Классификация интеллектуальных систем, компоненты, основы проектирования. Интеллектуальные агенты как особый информационный продукт: классификация, свойства, сфера применения.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

- 1 Астафьева, Н.Е., Молоткова, Н.В. Общенаучные методы познания в контексте проектирования информационных моделей знаний : учебное пособие / Н.Е. Астафьева, Н.В. Молоткова. – Тамбов : Изд-во ИПКРО, 2000.
- 2 Астафьева, Н.Е. Теория и практика управления процессами информатизации : монография / Н.Е. Астафьева, Н.К. Солопов, А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова. – Тамбов : ИПКРО, 1998.
- 3 Афанасьев, В.Г. Социальная информация / В.Г. Афанасьев. – М. : Наука, 1994.
- 4 Багриновский, К.А., Хрусталева, Е.Ю. Новые информационные технологии / К.А. Багриновский, Е.Ю. Хрусталева. – М. : ЭКО, 1996.
- 5 Банерджи, П., Баумер, Р., Бек, С. Принцип электронного бизнеса. О фантазерах, мистиках и реалистах. Идея и способ функционирования новой экономики / П. Банерджи, Р. Баумер, С. Бек. – М. : Открытые системы, 2001.
- 6 Бодякин, В.И. Информационные иерархически-сетевые структуры для представления знаний в информационных системах / В.И. Бодякин // Проблемно-ориентированные программы (модели, интерфейс, обучение) : сборник трудов. – М. : ИПУ, 1990.
- 7 Бодякин, В.И. Куда идешь, Человек? Основы эволюциологии (информационный подход) / В.И. Бодякин. – М. : СИНТЕГ, 1998.
- 8 Гуревич, С.М. Экономика средств массовой информации / С.М. Гуревич. – М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1999.
- 9 Денисова, А.Л. Концепция качества информационных услуг / А.Л. Денисова. – М., 1998.
- 10 Денисова, А.Л., Молоткова, Н.В. Организация коммерческой деятельности в условиях Интернет-среды : учебное пособие / А.Л. Денисова, Н.В. Молоткова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002.
- 11 Дятлов, С.А. Информационная парадигма социально-экономического развития / С.А. Дятлов // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1995. – № 3–4.
- 12 Дятлов, С.А. Предмет и метод теории информационной экономики / С.А. Дятлов // Экономическая теория на пороге XXI века. – М. : Изд-во Юрист, 1998.
- 13 Желены, М. Информационные технологии в бизнесе / М. Желены. – СПб. : Питер, 2002.
- 14 Землянова, Л.М. Сетевое общество, информационализм и виртуальная культура / Л.М. Землянова // Вестник Московского университета. – М., 1999.
- 15 Ивченко, Б.П., Мартыщенко, Л.А., Иванцов, И.Б. Информационная экономика. Методы анализа и прогнозирования / Б.П. Ивченко, Л.А. Мартыщенко, И.Б. Иванцов. – М., 1998.
- 16 Информатика : учебник для вузов / под ред. Н.В. Макаровой. – М. : Финансы и статистика, 2000.
- 17 Информационный рынок в России / Ю.М. Арский, Р.С. Гиляревский, В.С. Егоров и др. – М. : ВНИИТИ, 1996.
- 18 Информационный сектор и его место в экономике США. – М. : Российская академия наук, 1990.
- 19 Карминский, А. Нестеров, П. Информатизация бизнеса / А. Карминский, П. Нестеров. – М. : Финансы и статистика, 1997.
- 20 Кемени, Дж., Снелл, Дж. Кибернетическое моделирование / Дж. Кемени, Дж. Снелл. – М., 1972.
- 21 Майоров, С.И. Информационный бизнес: коммерческое распространение и маркетинг / С.И. Майоров. – М. : Финансы и статистика, 1993.
- 22 Михнова, И.Б., Пурник, А.В., Антонова, О.И. Библиотека и бизнес: Практические рекомендации, документы и материалы / И.Б. Михнова, А.В. Пурник, О.И. Антонова. – М. : НВЦ "Библиомаркет", 1994.
- 23 Молоткова, Н.В. Информационные технологии в бизнесе : учебное пособие / Н.В. Молоткова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002.
- 24 Мошелла, Д. Бизнес-перспективы информационных технологий: как заказчик определяет контуры технологического роста / Д. Моршелла. – М. : Изд-во МПБ "Деловая культура", Альпина Бизнес Букс, 2004.
- 25 Нейлор, Е. Машинные имитационные эксперименты с моделями экономических систем / Е. Нейлор. – М., 1975.

- 26 Нижегородцев, Р.М. Информационная экономика: Взгляд в Зазеркалье: Техничко-экономическая динамика кризисной экономики России / Р.М. Нижегородцев. – М., 2002. – Кн. 3.
- 27 Николаева, Т.П. Информационная экономика / Т.П. Николаева. – СПб. : НИИХ СПбГУ, 1999.
- 28 Ойхман, Е.Г., Попов, Э.В. Реинжиниринг бизнеса / Е.Г. Ойхман, Э.В. Попов. – М., 1997.
- 29 Перспективы информатизации общества. – М. : Российская академия наук. Серия: Информация, наука, общество, 1989.
- 30 Родионов, И.И. Информационные ресурсы для предпринимателей / И.И. Родионов. – М. : Электронные знания, 1994.
- 31 Родионов, И.И. Мировой рынок электронной информации для предпринимателей / И.И. Родионов. – М. : Электронные знания, 1992.
- 32 Родионов, И.И. Основные характеристики рынка информационных услуг развитых капиталистических стран / И.И. Родионов. – М. : Международный центр научной и технической информации, 1990.
- 33 Тамбовцев, В.Л. Пятый рынок: экономические проблемы производства информации / В.Л. Тамбовцев. – М. : Издательство МГУ, 1993.
- 34 Шапот, М.Д. Инструментальные средства поддержки реинжиниринга бизнес-процессов / М.Д. Шапот // Динамические интеллектуальные системы в управлении и моделировании : материалы семинара. – М., 1996.
- 35 Шеннон, Р. Имитационное моделирование систем – искусство и наука / Р. Шеннон. – М., 1971.

Учебно-методическая (технологическая) карта дисциплины

Номер недели	Вопросы, рассматриваемые на лекции	Количество часов на		Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
		Практику	Самост. работа		
1	Комплексная оценка качества информационных продуктов и услуг	2	4	Сравнительная оценка конкурентоспособности информационных продуктов и услуг	
2	Оценка конкурентоспособности информационного продукта и информационной услуги: показатели, методика оценки	4	4	Сравнительная оценка конкурентоспособности информационных продуктов и услуг	отчет
3	Хозяйствующие субъекты в сфере информационного бизнеса	2	4	Особенности функционирования фирмы в сфере информационного бизнеса	
4	Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса	2	4	Особенности функционирования фирмы в сфере информационного бизнеса	
5	Организационные формы предприятий сферы информационного бизнеса	2	4	Особенности функционирования фирмы в сфере информационного бизнеса	отчет
6	Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов: Виды информационной деятельности. Типология фирм сферы информационного бизнеса	2	4	Моделирование деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов	
7	Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов	2	4	Моделирование деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов	

8	Особенности организации деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов	2	4	Моделирование деятельности фирмы на рынке информационных услуг и продуктов	отчет
---	--	---	---	--	-------

Продолжение табл.

Номер недели	Вопросы, рассматриваемые на лекции	Количество часов на		Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
		Практику	Самост. работа		
9	Ценообразование в сфере информационного бизнеса. Модель цены	2	4	Разработка моделей ценообразования для различных видов информационных продуктов и услуг	отчет
10	Перспективы развития информационного бизнеса. Разработка и внедрения отраслевых информационных систем: позиционирование отраслевых информационных систем, целевая аудитория, задачи	2	4	Анализ существующих подходов к разработке и внедрению отраслевых информационных систем	
11	Индустрия знаний как одно из направлений развития информационного бизнеса. Аналитико-синтетические способы обработки информации	2	4	Аналитико-синтетические способы обработки информации	
12	Аналитико-синтетические способы обработки информации. Метод сравнения	2	4	Аналитико-синтетические способы обработки информации	
13	Аналитико-синтетические способы обработки информации. Классификация понятий	2	4	Аналитико-синтетические способы обработки информации	
14	Аналитико-синтетические способы обработки информации. Обобщение понятий	2	4	Аналитико-синтетические способы обработки информации	отчет
15	Проектирование информационных модулей: понятие информационных модулей, классификация, структура, характеристики	2	4	Проектирование проблемно-ориентированных информационных модулей	
16	Технология разработки метаинформативного и проблемно-ориентированного информационного модуля	2	4	Проектирование проблемно-ориентированных информационных модулей	
17	Технология разработки метаинформативного и проблемно-ориентированного информационного модуля	2	4	Проектирование проблемно-ориентированных информационных модулей	отчет

СОДЕРЖАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЛАБОРАТОРНО-ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

1 ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Конкуренция стала неотъемлемой частью рыночной среды и является необходимым условием развития предпринимательской деятельности. С переходом России на рыночные методы хозяйствования роль конкуренции в экономической жизни общества значительно возросла. Это способствовало выделению конкуренции в важный фактор маркетинговой среды фирмы, потребность в исследовании и анализе которого объясняется его существенным влиянием на деятельность любой компании, функционирующей на рынке. В связи с этим, проведение исследования конкурентной среды является важной задачей службы маркетинга любой фирмы.

Одним из основных методов оценки конкурентоспособности фирмы сферы информационного бизнеса является метод, использующий в качестве основного подхода оценку конкурентоспособности информационных продуктов фирмы. Этот метод базируется на положении о том, что конкурентоспособность производителя тем выше, чем выше конкурентоспособность услуги или продукта (принято использовать соотношение цены и качества). Наиболее конкурентоспособен товар, имеющий оптимальное соотношение этих характеристик. Чем выше разница между потребительской ценностью информационной услуги или продукта для покупателя и ценой, тем выше запас конкурентоспособности товара. Основным преимуществом метода является то, что он учитывает наиболее важный критерий, влияющий на конкурентоспособность фирмы – конкурентоспособность товара.

С целью выполнения данной лабораторно-практической работы целесообразно выбрать отдельный класс (вид) информационной услуги (продукта).

Показатель "конкурентоспособность" представляет собой сложную категорию, которая объединяет различные характеристики продукта, как количественные, так и качественные. Следовательно, интегрированный показатель конкурентоспособности информационного продукта должен включать как критерии оценки качества таких видов продукции с позиций удовлетворения информационных потребностей клиентов, позиции продукта на рынке и критерии, отражающие текущее состояние и перспективы развития самого рынка информационных услуг и продуктов. Как показали исследования, наиболее сложной является оценка качества информаци-

онных услуг и продуктов в силу неопределенности самого понятия "качество" в отношении информационной продукции.

Формирование комплекса критериев для конкретных видов информационных продуктов должно производиться экспертами в соответствующих предметных областях на основе опыта и изучения базовых потребительских тенденций. Очевидно, что не все свойства информационного продукта должны применяться для оценки качества, а только та совокупность, которая определяет информационную потребность клиента, т.е. если по каким-либо причинам пропадет потребность в данном информационном продукте для решения конкретных задач, то его качество будет нулевым.

Выявление состава свойств, определяющих качество информационного продукта, является сложной задачей. Нами предлагается провести классификацию показателей качества информационного продукта на основные и вспомогательные. К основным следует отнести свойства, характеризующие саму информацию, овеществленную в информационном продукте, в процессе предоставления информационной услуги, а к вспомогательным – свойства, характеризующие носители информации и организацию информационных процессов.

Оценка конкурентоспособности проводится на основе сравнительного анализа основных характеристик информационного продукта (услуги). Например, для программного продукта показатели такой оценки включают:

- описание и анализ основных возможностей;
- эргономические показатели;
- уровень организации интерфейса, в том числе привлекательность, сложность организация работы с данным программным продуктом, понятность используемых обозначений пунктов меню, графических элементов и пр.;
- техническая, программная, технологическая совместимость;
- уровень цены;
- степень защищенности от воздействия негативных факторов;
- популярность на рынке информационных услуг и продуктов (региональном, мировом);
- обслуживание и дальнейшее сопровождение;
- имеющиеся оценки специалистов и прочее.

Отчет по лабораторной работе обязательно должен включать обобщение проведенных аналитических исследований и выводы.

2 ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФИРМЫ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННОГО БИЗНЕСА

Традиционный бизнес-менеджмент не дает исчерпывающих рекомендаций на период нестабильности, в который как раз и вступают компании сферы информационного бизнеса. Именно из-за экзистенциальной неуверенности фирма нуждается в прочных архитектурных и конструктивных рамках, внутри которых она могла бы гибко реагировать на происходящие изменения. Суть и значение электронного бизнеса для корпорации можно раскрыть только в том случае, если рассматривать единую технологическую основу информационно-коммуникационных средств и деловых коммуникаций. Такая организационно-технологическая основа обладает особыми свойствами, которые обеспечивают превосходство над прежними средствами корпоративных коммуникаций. Исчезновение расстояния между компьютерами и, как результат, исчезновение времени между организационными подразделениями и между компаниями – главная характеристика нового коммуникативного средства.

Современная корпорация основана на разделении труда и рабочих операций. В процессе создания (добавления) стоимости она встроена в сложные взаимоотношения с клиентами, партнерами и поставщиками и может существовать в этих отношениях только на основе четкой дифференциации своей роли и своей продукции. Любое улучшение средств и технологий бизнес-коммуникаций привело к прогрессивному процессу специализации внутри компании и внутри отрасли в целом. Постоянно растущая экономия на масштабах вызывает возникновение массового производства и массовой дистрибуции товаров и услуг. Сложившиеся таким образом социально-экономические системы (в которых увязаны как крупные корпорации, имеющие свои подразделения по всему миру, так и региональные и функциональные оференты) лучше всего описать как сеть взаимосвязей по созданию (добавлению) стоимости.

Сегодня перед каждой компанией стоит проблема соотношения объема внешней и внутренней "сетевизации" и несовместимость используемых коммуникативных средств, что приводит к усложнению процедур ведения дел и фрагментации знаний о состоянии фирмы. В этих условиях электронный бизнес на новой организационно-технологической основе наиболее эффективен с учетом следующих позиций:

- интеграция бизнес-процессов (как внутренних, так и с клиентами, поставщиками и партнерами) с целью установления новых, более эффективных с точки зрения главного центра принятия решений взаимосвязей между функциями и лицами, дифференцированными в соответствии с принципами разделения труда;
- интеграция знаний с целью создания в компании корпоративного интеллектуального ресурса и предоставления всех имеющихся знаний в распоряжение соответствующего центра принятия решений.

С этих позиций целесообразно рассматривать модификации в структурно-функциональной организации бизнеса в данной сфере экономики, в частности, внутрифирменное разделение труда и новую внешнюю дифференциацию ролей. Таким образом, потенциал развития фирмы, определяемый с позиций интеграции бизнес-процессов и бизнес-знаний, заключается в способности к осуществлению взаимодействия через все имеющиеся технические и организационные системные границы, что неизбежно меняет установившиеся взаимосвязи в структуре транзакционных издержек.

Данная лабораторная работа может рассматриваться как исследовательская задача комплексного анализа коммерческой деятельности фирмы, позиционирующей на рынке информационных услуг и продуктов.

Описание должно включать:

- обобщенную модель деятельности фирмы;
- описание спектра предоставляемых информационных услуг и продуктов;
- описание конкурентной позиции на рынке информационных услуг и продуктов;
- целевая аудитория;
- маркетинговые коммуникации;
- описание технологии взаимодействия с клиентами, условия и специфика договорных отношений;
- анализ существующих механизмов взаимодействия с поставщиками, посредниками;
- рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности.

3 МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ НА РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ

Специализация в области информационного обслуживания и предоставления услуг является наиболее распространенной и представительной и может быть разделена на услуги производственного характера, научно-исследовательские и проектные работы, а также услуги по разработке и сопровождению программного обеспечения. Производственные услуги, в свою очередь, следует разделить на основные, предусматривающие обработку, передачу и защиту данных, ведение информационных массивов и баз данных, и вспомогательные, обеспечивающие техническое обслуживание и ремонт средств вычислительной техники и периферийных устройств.

В соответствии с Международным стандартом промышленной классификации сфера услуг подразделяется следующим образом: оптовая и розничная торговля; транспорт и связь; финансовые, страховые и банковские услуги; прочие услуги: медицинское и страховое обслуживание, образование и научные разработки, отдых и культура, коммунальные услуги.

При детальном рассмотрении классификационных групп можно с уверенностью определить, что большинство организационных форм, чья деятельность связана с информационными и коммуникативными технологиями, присутствует в каждой группе. Например, оптовая и розничная торговля компьютерами и компьютерными аксессуарами, передача информации по коммуникационным каналам, страхование вычислительного оборудования и информации, разработка программных продуктов для системы образования и отдыха.

Выделение информационных услуг в качестве объекта сервисной деятельности расширяет данную классификацию, но при этом информационные и коммуникационные технологии нельзя представлять только как деятельность типа "человек–предмет" (компоненты технологий, в том числе компьютеры и программные продукты), "человек–человек" (например, система обучения, компьютерные игры и т.д.). В каждой группе услуг есть такие, для которых необходимы персонал высокой квалификации и обычные услуги, рассчитанные на массового пользователя и не требующие высококвалифицированных специалистов. Это один из возможных подходов к классификации организационных форм, оказывающих специфические виды услуг в области информационных и коммуникационных технологий.

К ним относятся научно-исследовательская, информационная консультационная маркетинговая, управленческая деятельность и т.д. Причем вспомогательные виды деятельности могут выполняться как внутренними службами (подразделениями), так и независимыми предприятиями, например, маркетинговые исследования относительно конкурентоспособности программных продуктов.

Данная лабораторная работа предназначена для формирования у обучающихся системного и целостного видения проблемы организации и совершенствования коммерческой деятельности предприятия на рынке информационных услуг и продуктов.

Моделирование деятельности фирмы предполагает построение относительно идеального проекта, в описание которого целесообразно включить подробное раскрытие следующих вопросов:

- краткое описание фирмы: основные направления деятельности, функции;
 - особенности организационной структуры фирмы: основные структурные подразделения, аппарат управления, общая структура (целесообразно представить в схематичном виде);
 - спектр предоставляемых информационных услуг и продуктов (перечень и краткая характеристика);
 - целевая аудитория
- и прочее.

В качестве рекомендуемых типов фирм на данном рынке возможно рассмотрение специфики коммерческой деятельности страхового агентства, образовательного учреждения, аудиторской фирмы, посреднической фирмы (продажа программных продуктов и вычислительной техники), PR-агентство и пр.

4 ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ. МОДЕЛИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

В ходе выполнения данной лабораторной работы обучающиеся на основе использования унифицированных технологий и методик ценообразования на продукты и услуги обосновывают определенную модель ценообразования на конкретный вид информационного продукта (услуги).

Поскольку цены на услуги (продукты) должны разрабатываться с учетом специфики конкретного учреждения, особенностей структуры затрат и конъюнктуры рынка, при определении цен на предоставляемые услуги (работы) необходимо:

- 1 Разработать внутрифирменные методики расчета цен на услуги, включающие определение:
 - базы для расчета цен (по плановым или фактическим расходам);
 - порядка выявления размеров прямых и накладных расходов;
 - механизма учета уровня инфляции в зависимости от срока предоставляемой услуги;
 - особенностей формирования цены на различные виды услуг с учетом действующего налогообложения;
 - механизма учета рыночной конъюнктуры;
 - существующих законодательных ограничений на установление цен на различные товары и услуги;
 - механизма установления льгот, дифференциации и изменения цены.
- 2 Выяснить конъюнктуру цен на аналогичные или заменяющие услуги в данном регионе.
- 3 Учесть уровень инфляции при формировании цены, в особенности, при оказании долгосрочных услуг;
- 4 Иметь разработанный порядок формирования и утверждения цен на услуги, предоставляемые вузом.
- 5 Иметь расчет цен.

Цена на услуги вуза представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе ее оказания материальных, трудовых и других затрат.

Цена на услуги включает:

1 Затраты по оказанию услуг, которые в зависимости от способов включения в стоимость для целей ценообразования подразделяются на прямые и накладные (косвенные) расходы. Под прямыми понимаются затраты, связанные непосредственно с оказанием услуг (выполнением работ): затраты на материалы, оборудование; на оплату труда сотрудников и привлекаемых работников; затраты по работам, выполняемым сторонними организациями и предприятиями, и другие виды затрат.

К накладным (косвенным) относятся общефирменные затраты, связанные с управлением и организацией услуг и работ (расходами на содержание аппарата управления, общетехнических и общехозяйственных служб и др.), а также другие расходы, которые прямо отнести на конкретный договор (заказ) не представляется возможным.

- 2 Налоги (на конкретный вид деятельности).
- 3 Плановые накопления (прибыль).

К реальным прямым затратам на реализацию работы (услуги) должны быть отнесены:

– оплата труда (с начислениями) непосредственных исполнителей, реализующих данный вид работы (услуги);

– материальные затраты, необходимые для реализации данного вида работы (услуги).

К накладным (косвенным) расходам, необходимым для реализации данного вида работы (услуги), относятся:

- оплата труда (с начислениями) административно-управленческого и обслуживающего персонала;
- затраты на содержание административно-управленческого и обслуживающего персонала;
- коммунальные платежи и услуги связи;
- текущий и капитальный ремонт оборудования, зданий и сооружений;
- оборудование;
- транспортные расходы;
- командировки административно-управленческого и обслуживающего персонала;
- повышение квалификации;
- представительские расходы;
- расходы на рекламу;
- другие общехозяйственные расходы.

Налоги (на конкретный вид деятельности) определяются видом оказываемых услуг и выполняемых работ.

Плановые накопления (прибыль) формируются для осуществления организацией затрат, которые не могут быть произведены за счет других источников.

Затраты рекомендуется группировать в соответствии с их экономическим содержанием по следующим укрупненным элементам, используя коды экономической классификации:

текущие:

- затраты на оплату труда с начислениями;
- материальные и приравненные к ним затраты;

капитальные:

- приобретение оборудования и других основных средств;
- капитальный ремонт;
- износ основных средств (амортизация).

В калькуляцию по информационным услугам (основным и дополнительным) могут включаться все затраты (текущие и капитальные), либо текущие и часть элементов капитальных затрат, либо только текущие, относящиеся к учебному процессу, обслуживанию учебного процесса, административно-хозяйственные и эксплуатационные расходы. Выбор того или иного способа калькуляции затрат будет определяться следующими факторами:

- длительностью оказываемой услуги. Расчеты стоимости услуг, выполняемых длительный период, как правило, включают все виды затрат;
- степенью использования материальной базы в процессе оказания услуги;
- конъюнктурой рынка. Услуги, не пользующиеся активным спросом, могут не включать в себя элементы капитальных затрат;
- другими факторами, существенными для конкретного учреждения при формировании цены.

Детальный перечень элементов затрат должен базироваться на экономической классификации (по статьям кодов) и может включать следующие элементы:

- заработная плата сотрудников, учебно-вспомогательного, административно-хозяйственного и обслуживающего персонала;
- начисления на заработную плату;
- приобретение предметов снабжения и расходных материалов;
- оплата коммунальных услуг;
- оплата транспортных услуг;
- оплата услуг связи и телекоммуникационных услуг;
- командировки и служебные разъезды;
- научные расходы, в том числе:
- учебная, производственная практика и экспедиции;
- приобретение книг для библиотеки, подписка на периодические издания;
- приобретение программных продуктов, расходных материалов;
- текущий ремонт инвентаря и оборудования;
- текущий ремонт зданий и сооружений;
- приобретение оборудования и предметов длительного пользования.

Состав прямых материальных затрат определяется характером конкретных видов деятельности.

В качестве механизма учета инфляционных процессов могут быть использованы условные единицы, социально-экономические показатели (например, МРОТ, потребительская корзина), показатели инфляции.

Ограничения на установление цены

Не допускается взимание платы за не оказанные услуги или невыполненные работы.

Стоимость образовательных услуг не может быть ниже стоимости оплаты аналогичных услуг, финансируемых учредителем из средств бюджета.

Установление льгот, дифференциация и изменение цены

В условиях рынка допустимо по конкретным образовательным услугам (работам) использование пониженной или повышенной цены, а также применение (предоставление) льгот к ценам по конкретному перечню или контингенту учащихся (воспитанников). Указанная дифференциация может быть отражена во внутрифирменных нормативных актах (включая положения, приказы и т.п.).

Применение пониженной цены допустимо, если предполагается, что выигрыш (экономический эффект) достигается за счет привлечения большего числа клиентов за счет применения понижающих коэффициентов к усредненной цене с одновременным перераспределением разницы в ценах за счет повышения цены на услуги (работы), пользующиеся повышенным спросом.

Прибыль

Размер плановых накоплений (прибыли) может определяться по нормативам, устанавливаемым соответствующим аппаратом управления для каждого конкретного вида деятельности в процентах от совокупных затрат по указанным выше составляющим.

Налоги

Размер налоговых платежей, учитываемых в расчетах цены, определяется действующим налоговым законодательством (федеральным, региональным и местным) в зависимости от вида деятельности.

Перечень расходов на непосредственные нужды обеспечения, развития и совершенствования

- 1 Оплата коммунальных услуг.
- 2 Оплата услуг связи.
- 3 Оплата транспортных услуг.
- 4 Оплата услуг по проведению экспертиз и лицензированию основных видов деятельности и их обеспечения.
- 5 Затраты на оформление прав на интеллектуальную собственность, издание учебной и научной литературы.
- 6 Оплата рекламы основных видов деятельности.
- 7 Приобретение программных продуктов.
- 8 Оплата повышения квалификации всех категорий сотрудников в пределах установленных норм.
- 9 Затраты на проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.
- 10 Оплата представительских расходов в пределах установленных норм.
- 11 Приобретение оборудования, машин, механизмов, транспортных средств.
- 12 Приобретение библиотечных фондов.
- 13 Оплата проектно-изыскательских работ для совершенствования и развития материально-технической базы.
- 14 Приобретение прав на интеллектуальную собственность.

5 ИНДУСТРИЯ ЗНАНИЙ. АНАЛИТИКО-СИНТЕТИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ОБРАБОТКИ ИНФОРМАЦИИ. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОБЛЕМНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ МОДУЛЕЙ

Наряду с возрастающей скоростью прогресса в технологии и глобализацией рыночной экономики большую роль во всех аспектах коммерческой деятельности и частной жизни берут на себя информационные и интеллектуальные системы. Индустрия информации и знаний стала одной из самых быстро растущих и наиболее быстро меняющихся в мире. Особой областью информационной индустрии является разработка и внедрение интеллектуальных систем – систем, которые проектируются для хранения качественной информации и знаний.

Независимые интеллектуальные системы разрабатываются для компаний, в которых решающую роль играют профессиональные знания. Это могут быть страховые компании, брокерские фирмы, правительственные организации, кампании, обслуживающие кредитные карточки, поставщики медицинских услуг и банки. Независимые интеллектуальные системы используются для совершенствования навыков работников, освобождения специалистов от рутинной работы или предоставления потребителям более качественных услуг.

Интеллектуальные системы также могут быть встроены в другие изделия или услуги. Добавочные устройства можно обнаружить в целом ряде систем и изделий – например, в приборах, самолетах, телефонных услугах и системах подтверждения кредитных карточек. Интеллектуальные системы используются при сборе данных, создании и использовании интеллектуальных систем при разработке программного обеспечения. Некоторые исследовательские проекты изучают возможность и полезность индивидуализированного, заказного, интеллектуального программного обеспечения, которое изменит способ взаимодействия с компьютерами.

В рамках лабораторного практикума обучающиеся должны разработать информационный модуль по проблеме, близкой к сфере будущей профессиональной деятельности. Это позволит не только освоить определенный вид аналитико-синтетической деятельности, но и обратиться к профессионально важной информации с целью ее анализа и обобщения.

Поскольку любая информация обладает свойством кумулятивности, т.е. свойства уменьшения ее объема путем более краткого, обобщенного изложения, использование специальных методов ее сжатия позволяет представить профессиональную информацию в виде информационного модуля (ИМ). Перевод фактологической информации в уплотненный вид можно представить как аналитико-синтетическую деятельность по переработке информации, обеспечивающую представление содержания исходной информации в более экономичной форме при сохранении ее информативности и смысловой содержательности в производном тексте.

Таким образом, информационный модуль можно рассматривать в качестве информационного продукта высокой интеллектуальной и профессиональной ценности. ИМ имеет свои специфические особенности и представляет собой стандартизированное изложение информации, включающее минимально необходимое содержание в описании проблемы, содержащее строгие конструктивные, логические, рациональные признаки раскры-

ваемого педагогического объекта и ориентирующее на конкретные источники информации по проблеме. К ИМ предъявляются требования логической законченности, информативности и популярности.

В качестве основных рабочих объектов при проектировании ИМ можно рассматривать первичную информацию (статья, таблица, краткое сообщение, информационный листок) и вторичную информацию (рефераты, реферативные обзоры, фактологические справки, библиографические описания, аннотации, научные обзоры, справочная информация и др.).

Можно выделить ряд **общих характеристик ИМ**:

1 Инструментальность, т.е. возможность построения сложных систем информации по тематическим блокам в требуемой конструкции.

2 Семантическая насыщенность, т.е. компактное представление информации, лишённое излишеств.

3 Функциональная морфология, т.е. приспособленность к записи на естественном языке.

4 Интегративность, т.е. взаимосвязь и взаимообусловленность различных видов представления информации (словесной, графической, схематической, речевой, музыкальной, анимационной и др.) с учетом смысловых и предметных сообщений.

5 Универсальность, т.е. возможность создания межнаучных массивов информации.

6 Гибкость и адаптируемость к информационным массивам, обеспечивающиеся безграничным числом вариантов содержания, структур, компоновок записей.

7 Аналитико-синтетическая оптимальность, т.е. сокращение времени освоения смысла записи по сравнению с традиционными формами отражения материала.

8 Доступ к фонду наднаучных сведений ("кочующие" модули).

Модули должны быть представлены в обобщенном виде в рамках следующей **структуры**:

1 *Название модуля*

Специфические особенности: должно быть кратким, определенным, отвечающим содержанию работы и позволяющим осуществить классификацию в предметном каталоге (рубрикаторе).

2 *Реквизиты*

Специфические особенности: должны быть отражены внешние предпосылки создания, перечень ключевых слов (от 5 до 15), характеризующих содержание модуля.

3 *Целевое назначение*

Специфические особенности: описывает круг проблем, дается постановка основного вопроса, обосновывается необходимость создания модуля.

4 *Композиционная структура*

Специфические особенности: должна быть композиционно выстроена, т.е. объединять все элементы в единое целое.

5 *Вводная часть*

Специфические особенности: определяет значение проблемы, ее актуальность, цели и задачи, включает обзор существенной литературы по рассматриваемому вопросу.

6 *Основная часть*

Специфические особенности: включает информационный материал, методы, обобщения и выводы; рассматриваются наиболее важные вопросы по предполагаемому материалу и именно по ним даются полные ответы с учетом точности используемых слов и выражений, не допускающих двусмысленности толкования.

7 *Заключительная часть*

Специфические особенности: дается небольшое по величине, но емкое по количеству информации обобщение наиболее существенных положений, содержащихся в основной части.

8 *Перечень литературных источников*

Специфические особенности: соответствует требованию ГОСТ.

9 *Приложения*

Специфические особенности: включают популяризированные вспомогательные тексты, таблицы, графические, хрестоматийные и прочие материалы.

Технология разработки ИМ включает следующие этапы:

1 *этап. Аналитико-синтетический (или этап синтезированной "свертки" информации).*

Выбор тематики модуля из одной или нескольких областей знаний. Раскрытие целевого назначения ИМ. Выявление основных источников информации по обозначенной тематике. Сбор фактологической информации по проблеме. Предварительная синтезированная "свертка" исходной информации и анализ правильности первоначально отобранной информации, ее систематизация:

Формулировка ориентирующих целей, основных направлений раскрытия проблемы, постановка основного вопроса (проблемного замысла), выделение ключевых понятий по следующей схеме:

определение понятия → содержание и структура →

составные компоненты (классификация) →

объем понятия (разновидности, характеризующие рассматриваемый объект) → представление понятия как системы.

Краткое описание проблемы, в том числе значение и актуальность.

2 этап. Tактический (или этап "сжатия" информации).

Построение композиции и общего плана модуля. Мобилизация полезных сведений. "Сжатие" информации посредством метода факторного анализа, определение информационной насыщенности, лаконизация.

3 этап. Основной (или этап "трансформации" информации).

Осуществление информационных преобразований и импликации, то есть формулировка возможных выводов. Оценка и выбор окончательного решения.

4 этап. Заключительный (или этап "представления" информации).

Оформление модуля и составление комплекса приложений (вспомогательные тексты, таблицы, графические, хрестоматийные и прочие материалы). Оформление перечня литературных источников.

Размещение модуля в АИС, оформление информационных связей с другими информационными модулями.