



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЦЕНТР ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Экономика»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

для самостоятельной работы студентов
по дисциплине

«Рынок информационного продукта»

Составитель
Харитонов Г.Б.

Ростов-на-Дону, 2012



Аннотация

Методические указания для самостоятельной работы студентов специальности 080301 Коммерция (торговое дело) дневной и заочной формы обучения по дисциплине «Рынок информационного продукта».

Автор

Харитонов Г.Б., к.э.н., доц.





Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
СЕМИНАРЫ И ДОКЛАДЫ	5
Семинар 1. Роль информации в развитии общества. Сфера услуг в современной экономике.	5
Семинар 2. Информационный рынок и этапы его развития.	5
Семинар 3. Основные составляющие информационного рынка.....	6
Семинар 4. Экономическая составляющая информационного рынка.....	6
Семинар 5. Формирование и функционирование информационного рынка.....	7
Семинар 6. Анализ информационного рынка.	7
Семинар 7. Ценообразование информационных продуктов.	7
Семинар 8. Политика продвижения информационных продуктов.	8
КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ.....	9
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ к выполнению контрольной работы	12
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	14



ВВЕДЕНИЕ

Эффективность вхождения в рыночную экономику в условиях разделения труда и услуг на международном информационном рынке обуславливает изучения проблем, связанных с коммерческой деятельностью хозяйствующих субъектов на рынке информационных услуг и продуктов.

Становление и развитие информационного бизнеса как сферы предпринимательской деятельности, связанной с разработкой, производством и распространением компонентов информационных и коммуникационных технологий, не возможны без опережающего решения комплекса теоретических и методологических проблем, вызванных особенностями переходного периода, роли и места государства в процессах развития коммерческих структур, разработкой направлений совершенствования инфраструктуры бизнеса.

Цель курса – научить студентов использовать полученные знания об особенностях функционирования рынка информационных услуг и продуктов России, проблемах функционирования фирм сферы информационного бизнеса, особенностях рынка информационных услуг и продуктов.

Методические рекомендации содержат 8 тем, являющихся центральными в данном курсе. Структурно методические указания состоят из:

1) учебных заданий по каждой теме, которыми задаются необходимые аспекты изучения темы, вопросы могут быть использованы и как ориентиры для самостоятельного изучения курса, в частности, студентами заочниками, и как вопросы к семинарским занятиям;

2) контрольных вопросов по всему курсу, которые используются для зачета либо экзамена, в зависимости от учебного плана;

3) тем для контрольных работ для студентов заочников;

4) списка литературы, содержащего учебники, учебные пособия по дисциплине и научные публикации.



СЕМИНАРЫ И ДОКЛАДЫ

Семинар 1. Роль информации в развитии общества. Сфера услуг в современной экономике.

1. Понятие «информация», различие между информацией и данными.
2. Объективность возникновения и развития сферы услуг. Тенденции и закономерности.
3. Внешняя и внутренняя среда и ее влияние на темпы и направления развития сферы услуг.
4. Экономические законы и их влияние на сферу услуг.
5. Информатизация общественных и экономических связей и роль сферы услуг в этом процессе.

Доклады:

1. Стратегия развития информационного общества в РФ.
2. Современные теории постиндустриального общества и характерные особенности развития сферы услуг.
3. Сфера услуг и качество жизни населения, их взаимовлияние.
4. Глобализация мирового рынка информационных услуг и технологий.

Семинар 2. Информационный рынок и этапы его развития.

1. Информационный рынок: основные понятия.
2. Особенности функционирования рынка информационных продуктов и услуг.
3. Этапы развития информационного рынка.
4. Структура рынка информационных продуктов.

Доклады:

1. Мировой рынок информационных и коммуникационных технологий.
2. Развитие рынка информационных и коммуникационных технологий в Российской Федерации.
3. Основные сектора информационного рынка и его субъекты.



Семинар 3. Основные составляющие информационного рынка.

1. Техническая и технологическая составляющая информационного рынка.
2. Роль электронного бизнеса и электронной коммерции в создании новых видов рынков.
3. Понятие интеллектуальной собственности.
4. Авторские права, патенты и коммерческие тайны.
5. Международные и государственные законы по правовому регулированию на информационном рынке.

Доклады:

1. Государственная политика информатизации в России.
2. Технологии коммерческого распространения информации.
3. Технологии распространения баз данных и программных продуктов.
4. Особенности формирования правовой базы информатизации в системе законодательства Российской Федерации.

Семинар 4. Экономическая составляющая информационного рынка.

1. Монополии на информационном рынке и их экономические последствия.
2. Влияние нехватки квалифицированной рабочей силы на качество информационных продуктов.
3. Новые ценовые стратегии.
4. Экономические последствия различий в доступе к средствам телекоммуникации участников информационного рынка.
5. Модель классификации информационных потребностей.
6. Методика изучения информационных потребностей: оценка уровня удовлетворения информационных потребностей покупателя, экономической эффективности бизнеса, затраты на развитие и др.

Доклады:

1. Объективные предпосылки создания системы информационного обеспечения предпринимательства.
2. Особенности построения системы информацион-



ного обеспечения малого предпринимательства.

3. Методы оценки факторов влияния информационных технологий бизнеса на эффективность субъектов экономической деятельности.

Семинар 5. Формирование и функционирование информационного рынка.

1. Технология коммерческого распространения информации.
2. Международный рынок интерактивных услуг.
3. Развитие отечественного рынка интерактивных услуг.
4. Понятие и содержание информационного маркетинга.
5. Программа информационного маркетинга.

Доклады:

1. Развитие зарубежного информационного рынка.
2. Основные особенности российских источников деловой информации.
3. Коммерческие информационные системы и сети, системы электронных операций.

Семинар 6. Анализ информационного рынка.

1. Анализ продукта. Анализ баз данных.
2. Анализ автоматизированных банков данных.
3. Сегментация информационного рынка.

Доклады:

1. Рынок бизнес-информации.
2. Рынок маркетинговых услуг.
3. Рынок коллекторских услуг.
4. Рынок консалтинговых услуг.

Семинар 7. Ценообразование информационных продуктов.

1. Современные подходы к ценообразованию на информационные продукты.
2. Модели ценообразования.
3. Интегративная методика определения цены.
4. Построение оптимизационной модели и нахождение оптимальной цены на информационный продукт.



Доклады:

1. Современные подходы к ценообразованию на информационные продукты.
2. Реализация маркетингового подхода к ценообразованию на информационные продукты.
3. Экономическая эффективность реализации модели ценообразования, ориентированная на затраты и предельную прибыль и проблемы её реализации.
4. Положительные и отрицательные последствия реализации модели ценообразования, ориентированной на спрос.

Семинар 8. Политика продвижения информационных продуктов.

1. Методы продвижения информационных услуг на рынок.
2. Продвижение интерактивных услуг на разных стадиях жизненного цикла.
3. Контроль за выполнением программы маркетинга.

Доклады:

1. Методы количественной и качественной оценки ёмкости рынка деловой информации.
2. Методологические основы организации информационного маркетинга в секторе деловой информации.
3. Методы продвижения информационных технологий бизнеса на рынок.



КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Понятие «информационная услуга», «информационный продукт».
2. Сфера услуг и ее характеристики. Перспективы развития сферы услуг.
3. Чем объясняется неразрывность производства и потребления услуг?
4. Система мер, обеспечивающая регламентацию сферы услуг.
5. Понятие «покупательские риски», виды покупательских рисков на рынке услуг.
6. Система мер, обеспечивающая снижение покупательских рисков на рынке услуг.
7. Рынок информационных продуктов и услуг, его характеристики.
8. Что такое информационная потребность?
9. Общие и отличительные характеристики информационных услуг.
10. Охарактеризуйте основные этапы формирования рынка информационных продуктов и услуг в России.
11. Перечислите основные компоненты российского рынка информационных продуктов и услуг.
12. Что отличает российский информационный рынок от зарубежных?
13. Перечислите наиболее типичные сектора регионального рынка информационных продуктов и услуг.
14. Чем характеризуется региональная инфраструктура информационного бизнеса в плане направленности на удовлетворение информационных потребностей.
15. Особенности функционирования рынка информационных продуктов и услуг, их обоснование.
16. Проблемы функционирования фирм сферы информационного бизнеса.
17. Государственное регулирование сферы информационного бизнеса.
18. Актуальные направления развития законодательной базы процесса организации коммерческой деятельности фирм сферы информационного бизнеса.
19. Общие и отличительные характеристики осознанной и неосознанной информационной потребности.



Экономика. Методические указания

20. Технология изучения информационных потребностей.
21. Факторы, сдерживающие совершенствование коммерческой деятельности фирмы сферы информационного бизнеса.
22. Особенности функционирования российских фирм сферы информационного бизнеса.
23. Основные противоречия, с которыми сталкиваются фирмы в процессе организации коммерческой деятельности на рынке информационных продуктов и услуг.
24. Информационный ресурс, его структура, необходимая для успешной коммерческой деятельности на конкретном рынке.
25. Что является основой разработки системы маркетинговых исследований фирмы? Сущностные характеристики системности маркетинговых исследований.
26. Основные этапы формирования маркетинговой стратегии фирмы.
27. Особенности и основные направления изучения рынка информационных продуктов и услуг с целью позиционирования фирмы на рынке.
28. Какова технология изучения особенностей предоставления информационных продуктов и услуг?
29. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии деятельности фирмы на рынке информационных продуктов и услуг и ее реализации.
30. Выделите с позиций экономической целесообразности систему критериев оценки перспективности вложения средств в развитие той или иной области информационного бизнеса.
31. Определите сегмент рынка информационных продуктов и услуг и опишите основные этапы проблемной диагностики фирмы, функционирующей в данном сегменте рынка.
32. Основные этапы технологии реализации системы маркетинговых исследований конкретного сегмента рынка информационных продуктов и услуг.
33. Жизненный цикл информационной услуги и его основные этапы.
34. Этапы реализации информационной модели системы маркетинговых исследований фирмы.
35. Показатели конкурентоспособности фирмы. Факторы, влияющие на выбор конкурентной стратегии фирмы.
36. Чем определяется и от чего зависит конкурентная позиция



Экономика. Методические указания

- фирмы на рынке информационных продуктов и услуг?
37. Обоснуйте интегративность показателей оценки качества информационного продукта с позиций удовлетворения информационных потребностей.
 38. Логическая связь основных показателей качества информационного продукта с процессом удовлетворения информационной потребности. Приведите примеры.
 39. Система средств достижения цели в процессе предоставления (приобретения) информационных услуг.
 40. Технология формирования информационного обеспечения процесса принятия решений с позиций оптимальности, корректности и целесообразности.
 41. Что обеспечивает производство информационного продукта заданного качества?
 42. Система мероприятий по совершенствованию бизнес-системы с позиций информационного обеспечения бизнес-процессов и распределения ресурсов.
 43. Технология построения бизнес-системы. Особенности функционального моделирования процессов оптимизации маркетинговых исследований на фирме.
 44. Как определить степень релевантности и пертинентности информационных потоков?
 45. Технологии информационных фильтров в организации информационного обеспечения коммерческой деятельности фирмы и ее использование с позиций семантической и прагматической оценки информации.
 46. Современные подходы к ценообразованию на информационные продукты.
 47. Реализация маркетингового подхода к ценообразованию на информационные продукты.
 48. Экономическая эффективность реализации модели ценообразования, ориентированная на затраты и предельную прибыль и ее проблемы реализации.
 49. Положительные и отрицательные последствия реализации модели ценообразования, ориентированной на спрос.
 50. Интегративная методика определения цены.



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Контрольная работа выполняется по номерам вопросов предложенных в контрольных вопросах. Номер варианта соответствует последней цифре номера зачетной книжки студента.

Номер варианта	Номера вопросов	Номер варианта	Номера вопросов
1	1, 50	14	14, 37
2	2, 49	15	15, 36
3	3, 48	16	16, 35
4	4, 47	17	17, 34
5	5, 46	18	18, 33
6	6, 45	19	19, 32
7	7, 44	20	20, 31
8	8, 43	21	21, 30
9	9, 42	22	22, 29
10	10, 41	23	23, 28
11	11, 40	24	24, 27
12	12, 39	25	25, 26
13	13, 38		

Объем работы должен составлять не менее 20 страниц ученической тетради или 18 печатных страниц. Текст печатается в текстовом редакторе Word, шрифт Times New Roman, кегль 14, междустрочный интервал 1,5, абзацный отступ – 1,25 см, выравнивание по ширине, поля: 2,5 см – со всех сторон.

Для выполнения работы может использоваться как литература, предложенная в методических указаниях, так и самостоятельно подобранная. Наличие списка литературы обязательно.

Если вопросы раскрыты недостаточно полно или неверно работа возвращается студенту на доработку. При предоставлении работы на новое рецензирование обязательно прилагается предыдущий вариант выполненной работы. В противном



случае работа повторно не рецензируется.

Студенты должны выполнить контрольную работу согласно учебному графику и сдать на проверку до начала экзаменационной сессии.



РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. **Аллен, К.Р.** Продвижение новых технологий на рынок : пер. с англ. / К. Р. Аллен. - М.: Бином. Лаборатория знаний, 2007.
2. **Арсеньев, Ю.Н.** Информационные системы и технологии. Экономика. Управление. Бизнес: учеб. пособие / Ю. Н. Арсеньев, С. И. Шелобаев, Т. Ю. Давыдова. - М. : ЮНИТИ, 2011.
3. **Багов, В.П.** Управление интеллектуальным капиталом : учеб. пособие / В. П. Багов, Е. Н. Селезнев, В. С. Ступаков; под ред. Е.Н. Селезнева. - М. : Камерон, 2006.
4. **Балдин, К.В.** Информационные системы в экономике: учебник для вузов / К. В. Балдин, В. Б. Уткин. - М. : Дашков и К`, 2011.
5. **Белов, В.В.** Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика его применения: практ. пособие / В. В. Белов, Г. В. Виталиев, Г. М. Денисов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юристь, 2006.
6. **Бовин, А.А.** Управление инновациями в организациях: учеб. пособие для вузов / А. А. Бовин, Л. Е. Чередникова, В. А. Якимович. - М.: ОМЕГА-Л, 2006.
7. **Владимирова, Л.П.** Прогнозирование и планирование в условиях рынка : учеб. пособие / Л. П. Владимирова. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К`, 2006.
8. **Дашков, Л.П.** Коммерция и технология торговли : учебник для вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К`, 2005.
9. **Дашков, Л.П.** Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммерция и технология торговли / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К`, 2006.
10. Денисова, А.Л. Информационная основа потребительской оценки товаров и услуг: современные методы и подходы / Денисова, А.Л., Молоткова, Н.В. - Тамбов: ТГТУ, 2005. - 80 с.
11. **Еремеева, Н.В.** Конкурентоспособность товаров и услуг : учеб. пособие / Н. В. Еремеева, С. Л. Калачев. - М. : Колосс, 2006.
12. **Закон Российской Федерации "Об авторском праве и смежных правах"**. - [2-е изд.]. - М. : Ось-89, 2004.
13. **Закон Российской Федерации "Патентный закон Российской Федерации"**. - [5-е изд.]. - М. : Ось-89, 2005.
14. **Круглова, Н.Ю.** Основы бизнеса : учеб. для вузов / Н. Ю. Круглова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Изд-во РДЛ, 2006.



15. **Луцкер, А.П.** Авторское право в цифровых технологиях и СМИ : [пер. с англ.] / А. П. Луцкер ; науч. коммент. А. Серго. - [2-е изд.]. - М. : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2005.
16. **Научно-практическая конференция (29 ноября 2006 г. ; г. Ростов-на-Дону).** Бизнес коммуникации: междисциплинарный подход : материалы III межвуз. науч.-практ. конференции студентов, аспирантов и преподавателей / ДГТУ. - Ростов н/Д : РИО ДГТУ, 2007.
17. **Синяева, И.М.** Маркетинговые коммуникации: учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова. - 2-е изд. - М. : Дашков и К`, 2007.
18. **Федеральный закон "Об информации, информатизации и защите информации"**. - М. : Ось-89, 2005.
19. **Хорошилов, А.В.** Мировые информационные ресурсы : учеб. пособие / А. В. Хорошилов, С. Н. Селетков. - СПб. : Питер, 2004.
20. **Хорошилов, А.В.** Управление информационными ресурсами : учеб. для вузов / А. В. Хорошилов, С. Н. Селетков, Н. В. Днепровская ; под ред. А.В. Хорошилова. - М. : Финансы и статистика, 2006.

Периодическая литература:

- «Инновации»
- «Sales biznes-продажи»
- «Секрет фирмы»
- «Маркетинг в России и зарубежом»
- «Маркетинг»
- «Бизнес-практикум. Маркетинг и менеджмент»
- «Эксперт»

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. <http://www.garant.ru> – Гарант;
2. <http://www.rbc.ru> – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
3. <http://www.normacs.ru/> – Информационная система по нормативным документам.
4. <http://www.normacs.ru/Doclist/folder/10403500.html> – Документы раздела 01.040.35 Информационные технологии. Конторские машины (Словари);



Экономика. Методические указания

5. <http://www.normacs.ru/Doclist/folder/352400100.html> – Документы раздела 35.240.01 Применение информационных технологий в целом;
6. www.gpntb.ru/ – Государственная публичная научно-техническая библиотека.
7. www.nlr.ru/ – Российская национальная библиотека.
8. www.nns.ru/ – Национальная электронная библиотека.
9. www.rsl.ru/ – Российская государственная библиотека.
10. www.aport.ru/ – Поисковая система «Апорт».
11. www.rambler.ru/ – Поисковая система «Рамблер».
12. www.yahoo.com/ – Поисковая система Yahoo.
13. www.yandex.ru/ – Поисковая система «Яндекс».
14. www.aif.ru/ – Агентство деловых новостей «Аргументы и факты».
15. www.biznes-karta.ru/ – Агентство деловой информации «Бизнес-карта».
16. www.bloomberg.com/ – Агентство финансовых новостей «Блумберг».
17. www.ratanews.ru/ – Электронная газета «Российский союз туриндустрии».
18. www.businesslearning.ru/ – Система дистанционного бизнес-образования.