АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.Б.3 КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для программ магистерской подготовки направления 38.04.06 «Торговое дело»
Курс 5. Семестр А (ЗФО)
Трудоёмкость: Количество з.е. – 3. Всего 108 часов из них 14,3 часов контактной работы: 4 лекционных часа, 10 практических часов; 85 часа самостоятельной работы и 8,7 часов - контроль.

Цель дисциплины – изучение магистрантами теоретических основ, принципов построения и функционирования программных продуктов, относящихся к технологиям по формированию, обработке и предоставлению маркетинговой информации для нужд коммерческой деятельности компании. Курс обеспечивает получение студентами магистратуры более углубленного представления о компьютерных технологиях маркетинговых информационных систем, формирующих компетенции, позволяющих принимать обоснованные маркетинговые решения в профессиональной деятельности магистров.

Задачи дисциплины:

- выработка у магистрантов представления о возможностях использования информационных технологий для проведения научных исследований;
- ознакомление с готовыми пакетами прикладных программ, предназначенных для решения задач исследовательского характера;
- выработка умений пользоваться основными программными средствами обработки информации;
- освоение способов формирования баз данных в маркетинговой деятельности предприятия;
- изучение методов анализа маркетинговых данных;
- приобретение навыков анализа на основе программных продуктов;
- разработка прогнозов на основе регрессионного анализа;
- формирование навыков оформления маркетинговых данных.

Изучение курса «Компьютерные технологии» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете (экономика, менеджмент, социология, маркетинг).

Учебный курс «Компьютерные технологии» рассчитан на 108 часов учебного времени и предусматривает 14,3 ч. КР, проведение лекционных (4 часа) и лабораторных

(10 часов), а также самостоятельную подготовку (85 часов), заканчивается сдачей экзамена (8,7 часов).

Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Учебная дисциплина «Компьютерные технологии» относится к базовой части дисциплин ФГОС ВПО по направлению 38.04.06 «Торговое дело» (квалификация (степень) магистр).

Дисциплина «Компьютерные технологии» базируется на дисциплинах: «Количественные методы исследований и анализа в маркетинге», «Информационное обеспечение маркетинговых решений», «Маркетинговое управление рыночными инновациями и изменениями».

«Компьютерные технологии» имеют логическую и содержательно-методическую связь с дисциплинами: «Стратегический маркетинг»; «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности».

В свою очередь дисциплина «Компьютерные технологии» является базой для изучения таких дисциплин как «Финансовое обоснование маркетинговых решений»; «Управление рисками на предприятии»; «Ассортиментная политика и управление товарными категориями»; «Продвижение в Интернет»; «Ценовая политика предприятия»; «Управление каналами распределения и сбыта в оптовой торговле».

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-6, ПК-2, ПК-8

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
4	ОК-6	**способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности,**	компьютерные технологии обработки маркетинговой информации, основные направления их использования в профессиональной и деятельности, современные средства обработки информации, глобальные информационные системы, экспертные	применять компьютерные технологии, глобальные информационные системы и системы автоматизированного управления в профессиональной деятельности; пользоваться основными программными продуктами обработки информации; использовать	базовыми знаниями в области современных информационных технологий; информационными технологиями поиска данных и способами их реализации; навыками использования программных средств и навыками работы в компьютерных сетях;

		расширять и углублять свое научное мировоззрение	системы, компьютерные сети, системы автоматизированного управления	глобальные и локальные вычислительные сети в интересах поиска необходимой информации	программными продуктами по обработке, анализу и представлению маркетинговой информации
5	ПК-2	**готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)**	возможности использования новых информационных технологий для осуществления коммерческой деятельности, подходы к формированию баз данных в маркетинговой деятельности предприятия, программные продукты обработки, анализа и оформления собранной маркетинговой информации	формировать базы данных в маркетинговой деятельности предприятия; использовать различные методы статистического анализа маркетинговой информации; использовать полученные знания и навыки в области информационных систем и технологий; пользоваться программными продуктами обработки, анализа и оформления собранной маркетинговой информации	способами формирования баз данных в маркетинговой деятельности предприятия; методы анализа маркетинговых данных; программными командами сравнения средних величин для независимых выборок и навыками интерпретации полученных результатов
6	ПК-8	**способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно – исследовательских работ**	структуру редактора данных и виды кодировки; сущность и предназначение кластерного анализа, методику его реализации на основе специализированных программных продуктов; методику факторного анализа коммерческой информации; методику разработки маркетинговых	интерпретировать результаты однофакторного дисперсионного анализа; выполнять регрессионный анализ и графически представлять полученные результаты; выявлять корреляционную зависимость между переменными массива собранных данных; проводить	навыками однофакторного дисперсионного анализа на основе программных продуктов; методикой прогнозирования рыночных тенденций на основе простой и множественной линейной регрессией; подходами к осуществлению факторного анализа и выявлению корреляционных зависимостей на

			прогнозов на основе дискриминационного анализа, простой и множественной линейной регрессией	кластерный анализ и интерпретировать полученные результаты	основе компьютерных технологий; навыками проведения кластерного и дискриминационного анализа и оформления маркетинговых данных

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108) часов для заочной формы обучения их распределение по видам работ представлено в таблице.

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)
			семестр А
Аудиторные занятия (всего)		14	14
В том числе:			
Занятия лекционного типа		4	4
Занятия семинарского типа (практические занятия)		10	10
Иная контактная работа:			
Контроль самостоятельной работы (КСР)			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3	0,3
Самостоятельная работа (всего)		85	85
В том числе:			
Проработка учебного материала		40	40
Выполнение индивидуальных заданий		40	40
Реферат			
Подготовка к текущему контролю		5	5
Контроль:			
Подготовка к экзамену		8,7	8,7
Общая трудоемкость	**час.**	108	108
	в том числе контактная работа	14,3	14,3
	зач. ед	3	3

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	*2*	*3*	*4*	*5*	*6*	*7*
1	Сущность и роль компьютерных технологий в торговой деятельности	9	1	1		8
2	Характеристики программных продуктов по созданию МИС	10		1		8

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
3	Методы статистического анализа коммерческой информации	10	1	1		8
4	Формирование баз данных	10	1	1		8
5	Сравнение средних величин	10		1		8
6	Прогнозный анализ	10		1		8
7	Факторный анализ	10		1		8
8	Иерархический кластерный анализ	10	1	1		9
9	Дискриминантный анализ	10		1		10
10	Графическое представление данных	10		1		10
	Экзамен и контактная работа	9				
	Итого:	108	4	10		85

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены.*

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях:

- предусмотрены доклады-презентации по темам статистического анализа, самостоятельная разработка и презентация аналитической части отчета о выполненных маркетинговых исследованиях на примере базового предприятия.
- расчетно-аналитические задачи, разработка индивидуальных и групповых проектов

Вид аттестации: экзамен

Основная литература:

1. Дайитбегов Д. М. Компьютерные технологии анализа данных в эконометрике: Монография / Д.М. Дайитбегов. - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. - XIV, 587 с. Библиотека КубГУ, режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/365692
2. Лемешко Б. Ю. Статистический анализ данных, моделирование и исследование вероятностных закономерностей. Компьютерный подход / Б.Ю. Лемешко, С.Б. Лемешко, С.Н. Постовалов и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 890 с. Библиотека КубГУ, режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/515227
3. Моосмюллер, Гертруда. Маркетинговые исследования с SPSS [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик . - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2012. - 199 с. : ил. - (Высшее образование). - Библиогр. : с. 194. - ISBN 9785160042404 : 157.50. *У29я7 - М 779 (15 экз).*

Автор: Луговой А.А., канд. техн. наук, доцент