

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.01 «РОЛЕВОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ»

01.04.02

Курс 6. Семестр В. Количество з.е. _3

Объем трудоемкости: з.е. 3 (108 часов, из них 42.3 контактных часа: 14 часов лекций, 28 часов лабораторных, 0.3 часа ИКР; самостоятельной работы 39 часов, 26,7 часов подготовки к текущему контролю).

Цели изучения дисциплины определены ФГОС ВО и соотнесены с общими целями ООП ВО по направлению подготовки 01.04.02 Прикладная математика и информатика, в рамках которой преподается дисциплина.

Целью освоения учебной дисциплины «Ролевое информационное моделирование в маркетинге» является развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций при освоении компьютерных технологий и методов информационного моделирования при решении задач маркетинга.

Задачи:

- актуализация и развитие знаний в области маркетинга;
- актуализация и развитие знаний в области компьютерных технологий, применяемых для автоматизации маркетинга;
- получение навыков разработки ролевых компьютерных информационных моделей для принятия управленческих решений в сфере маркетинга;
- развитие навыков анализа и оценки ролевых компьютерных информационных моделей для различных аспектов маркетинга.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Ролевое информационное моделирование в маркетинге» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины (модули).

Данная дисциплина тесно связана с дисциплинами: «Пакеты прикладных программ», «Программирование в MS Office». Она направлена на формирование знаний и умений обучающихся разрабатывать ролевые информационные компьютерные модели в маркетинге.

Для изучения дисциплины студент должен владеть знаниями, умениями и навыками в области компьютерного информационного моделирования.

Знания, получаемые при изучении дисциплины «Новые информационные технологии в маркетинге» используются при подготовке курсовых и выпускных квалификационных работ.

Изучение данной дисциплины базируется на экономико-математической подготовке студентов, полученной при прохождении ООП бакалавриата, а также на знаниях, полученных в рамках дисциплин ООП бакалавриата.

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции):

ПК-5	способностью управлять проектами, планировать научно-исследовательскую деятельность, анализировать риски, управлять командой проекта
ОПК-5	способностью использовать углубленные знания правовых и этических норм при оценке последствий своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-5	способностью управлять проектами, планировать научно-исследовательскую деятельность, анализировать риски, управлять командой проекта	основные проблемы в маркетинге и подходы для их разрешения	применять методы математического моделирования для разрешения проблем	навыками подготовки электронных проектов
2.	ОПК-5	способностью использовать углубленные знания правовых и этических норм при оценке последствий своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов	Правовые нормы в профессиональной деятельности; этические кодексы ведущих ИТ-компаний	Использовать правовые нормы в профессиональной деятельности	навыками разработки социально значимых проектов

Содержание и структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование разделов (тем)	Всего				
			Л	ЛР	СР	Контроль
	Раздел 1 Компьютерные информационные модели для поддержки принятия управленческих решений в маркетинге					
1.	Современные процессоры электронных таблиц как универсальное компьютерное средство для принятия решения в маркетинге	12	2	2	4	4
2.	Принципы разработки СУБД «Оценка недвижимости». Триплексное исследование информац. модели.	14	2	4	4	4
3.	Разработка СУБД «Помощь в выборе формы налогообложения для малого бизнеса»	10	2	4	2	2
	Раздел 2 Компьютерная поддержка анализа потребительских предпочтений					
4.	Триплексное исследование компьютерных информационных моделей в маркетинговой деятельности на основе реализации игры «Королевский квадрат» в среде MS Excel.	14	2	4	4	4
5.	Автоматизированная обработка данных о клиентах фирмы (на основе анкеты Харви Маккея)	18	2	6	6	4
	Раздел 3 Современные средства рекламы и продвижения товаров					
6.	Разработка СУБД «Средства рекламы в Краснодарском крае»	12		2	6	4
7.	Подготовка проекта «Создание, позиционирование и рекламное обеспечение деятельности фирмы»	10	2	2	4	2
	Раздел 4 Автоматизация взаимоотношений с клиентами					
8.	Сравнительный анализ CRM - систем управления взаимоотношениями с клиентами (<i>Customer Relationship Management</i>)	17,7	2	4	9	2,7
	Всего по разделам дисциплины:	107,7	14	28	39	26,7
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3				
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Итого по дисциплине:	108	14	28	39	26,7

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: *Мультимедийные лекции, Компьютерные занятия в режимах взаимодействия «преподаватель - студент».*

Вид аттестации: экзамен.

Основная литература:

1. Информационно-профессиональная подготовка студентов вузов на основе ролевого информационного моделирования [Текст] / С. В. Юнов ; НОЧУ "Ин-т экономики, права и гуманитар. спец." ; [науч. ред. Г. И. Попова]. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2011. - 199 с. : ил. - Библиогр.: с. 151-191. - ISBN 9785948880778 : 140.72.
2. Салмина Н.Ю. Имитационное моделирование: учебное пособие. Томск, Эль Контент, 2012. [Электронный ресурс]. http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=208690
3. Сборник тестовых заданий для проверки качества информационной подготовки студентов вузов [Текст] / С. В. Юнов; НОЧУ "Ин-т экономики, права и гуманитар. спец". - Краснодар: [Институт экономики, права и гуманитарных специальностей], 2010. - 59 с.: ил. - ISBN 9785948880648: 67.00.
4. Юнов С.В. Понятный маркетинг: взгляд со спины индийского слона. Краснодар, Кубанский госуниверситет, 2015, 263 с.