

АННОТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б2.В.ОД.2 КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ ОФИСНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Для программ бакалавриата
направления 38.03.06 «Торговое дело»
Курс 2. Семестр 3. Количество з.е. – 3.
Форма итогового контроля - зачет.

Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины – формирование у студентов практических знаний, умений и навыков в области формирования баз данных, обработки, анализа и оформления маркетинговой информации на основе применения программных продуктов офисного назначения, формирование компетенций, позволяющих использовать в профессиональной деятельности бакалавров широко распространенные в коммерческих организациях РФ офисные компьютерные программы.

Задачи курса:

- создать условия для изучения студентами методов кодировки, преобразования, обработки и анализа маркетинговых данных;
- создать условия для приобретения студентами навыков работы с маркетинговой информацией в программах офисного назначения;
- сформировать навыки оформления результатов анализа маркетинговых данных.

Изучение в третьем семестре курса «Компьютерные технологии и базы данных офисного назначения» дает студентам программные инструменты для изучения других дисциплин экономического направления, преподаваемых в университете (экономика, менеджмент, социология, маркетинг). Настоящий курс подготавливает бакалавров к освоению в пятом семестре дисциплины «Компьютерные технологии обработки и анализа маркетинговой информации».

Учебный курс «Компьютерные технологии и базы данных офисного назначения» рассчитан на 108 часов учебного времени и предусматривает проведение практических занятий (52 часа), а также самостоятельную подготовку (56 часов), заканчивается сдачей зачета.

Место дисциплины в структуре ООП ВПО

Дисциплина «Компьютерные технологии и базы данных офисного назначения» относится к базовой части общенаучного цикла ОПД ФГОС ВПО (Б2.В.ОД.2) ООП бакалавриата направления «Торговое дело» профилей «Маркетинг услуг» и «Маркетинг в торговле». Ее изучение запланировано в 3 семестре 2 курса.

Дисциплина «Компьютерные технологии и базы данных офисного назначения» базируется на дисциплинах математического и естественнонаучного (Б.2) цикла: «Информатика» и «Математика».

«Компьютерные технологии и базы данных офисного назначения» является инструментальным обеспечением процесса обучения и дисциплин профессионального цикла (Б.3): «Маркетинговые исследования», «Статистика»; дополнением дисциплин «Информационные технологии в профессиональной деятельности» и «Компьютерные технологии обработки и анализа маркетинговой информации».

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции)

Код компетенции	Содержание компетенции
ОК-1	владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
Знать	методы постановки целей
Уметь	обобщать и анализировать информацию
Владеть	культурой мышления
ОК-8	осознание сущности и значения информации в развитии современного общества; владение основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации; навыками работы с компьютером как средством управления информацией
Знать	основные методы и средства получения, хранения, переработки информации
Уметь	пользоваться основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации
Владеть	навыками работы с компьютером
ПК-2	умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
Знать	нормативные документы, касающиеся профессиональной деятельности
Уметь	пользоваться нормативными документами профессиональной деятельности
Владеть	методами работы с нормативными документами
ПК-11	способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной)
Знать	- способы формирования табличных баз данных в маркетинговой деятельности предприятия; - офисные программы обработки, анализа и оформления собранной маркетинговой информации; - требования к формированию баз данных маркетинговой информации; - сущность и предназначение описательных статистик, регрессионного анализа
Уметь	- формировать базы данных из вторичной информации; - использовать методы статистического анализа маркетинговой информации

Код компетенции	Содержание компетенции
	в MS Excel; - пользоваться MS Power Point для оформления собранной маркетинговой информации в презентацию;
Владеть	- программными продуктами MS Excel, Power Point; - способами формирования баз данных в маркетинговой деятельности предприятия; - методами частотного анализа маркетинговых данных, описательных статистик, регрессионного анализа;
ПК-12	готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и проверять правильность ее оформления
Знать	- виды табличных баз данных; - формы мониторинга цен; - формы мониторинга ассортимента; - формы опросных листов и анкет
Уметь	- формировать базы данных; - составлять формы мониторинга цен; - составлять формы мониторинга ассортимента; - составлять формы опросных листов и анкет
Владеть	- навыками составления табличных баз данных в MS Excel; - навыками составления форм мониторинга цен в MS Excel; - навыками составления форм мониторинга ассортимента и ABC анализа в MS Excel; - навыками составления форм опросных листов и анкет в MS Excel, Word

Содержание и структура дисциплины

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа ОФО (ЗФО)			Самостоятельная работа ОФО (ЗФО)
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1	Методы преобразования маркетинговой информации	8	(1)	4		4 (8)
2	Шкалы и виды кодировок	8	(1)	4		4 (4)
3	Преобразование и формы ввода данных исследования	8		4(1)		4 (4)
4	Применение макросов для ввода и контроля данных	8		4(1)		4 (8)
5	Операции с табличными данными	8		4(1)		4 (8)
6	Описательная статистика, частотный анализ	8		4(1)		4 (8)

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа ОФО (ЗФО)			Самостоятельная работа ОФО (ЗФО)
			Л	ПЗ	ЛР	
7	Дисперсионный анализ	8		4(1)		4 (8)
8	Простая линейная регрессия	8		4(1)		4 (4)
9	Нелинейная регрессия	8		4		4 (4)
10	Методы прогнозирования	8		4(1)		4 (8)
11	ABC, XYZ анализ продаж	8		4(1)		4 (4)
12	Визуализация результатов анализа: графики, таблицы	8		4(1)		4 (8)
13	Презентация отчета о маркетинговом исследовании	12		4(1)		8 (16)
	<i>Итого:</i>	108 (104)	(2)	52 (10)		56 (92)

Курсовые проекты или работы: не предусмотрены

Применяются **интерактивные образовательные технологии**. Бакалавры выполняют проектные задания по сбору, обработке и анализу данных на основе компьютерных технологий и баз данных офисного назначения с целью получения необходимой маркетинговой информации. Базы составляются по данным отраслевых рынков и самих предприятий производственной практики студентов. Результаты освоения дисциплины – базы данных и расчеты - должны войти в исследовательскую часть выпускной квалификационной работы студентов.

Вид аттестации: зачет

Основная литература

1. Базовые и прикладные информационные технологии: Учебник / Гвоздева В. А. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 384 с. Библиотека КубГУ, режим доступа: <http://www.znanium.com/>
2. Киселев, Г. М. Информационные технологии в экономике и управлении (эффективная работа в MS Office 2007) [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Г. М. Киселев, Р. В. Бочкова, В. И. Сафонов. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К°", 2013. - 272 с Библиотека КубГУ, режим доступа: <http://www.znanium.com/>
3. Компьютерный практикум по информатике. Офисные технологии: Учебное пособие / Г.В. Калабухова, В.М. Титов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 336 с.: Библиотека КубГУ, режим доступа: <http://www.znanium.com/>

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