

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
Б1.О.14 «РОЛЕВОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ»**

01.04.02. Прикладная математика и информатика

Объем трудоемкости: 3 зачётные единицы

Цель дисциплины: развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций при освоении компьютерных технологий решения задач маркетинга.

Задачи:

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

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Ролевое информационное моделирование в маркетинге» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины и модули. Данная дисциплина тесно связана с дисциплинами: «Прикладное программное обеспечение», «Язык программирования C++». 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 «Ролевое информационное моделирование в маркетинге» используются при подготовке курсовых и диссертационных работ.

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

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-3, ПК-1, ПК-2.

Основные разделы дисциплины:

Компьютерные информационные модели для поддержки принятия управленческих решений в маркетинге, компьютерная поддержка анализа потребительских предпочтений, современные средства рекламы и продвижения товаров, автоматизация взаимоотношений с клиентами.

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен.

Автор: д.п.н., к. физ.-мат. наук, профессор кафедры прикладной математики С.В. Юнов