

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины «Современные технологии в профессиональной деятельности» (код и наименование дисциплины)

Для направления

38.04.06 Торговое дело

Профиль: **Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде**

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц

Цель дисциплины: формирование у магистрантов комплексных знаний о структуре, видах современных компьютерных технологий, а также умений и навыков, необходимых для решений профессиональных задач и проведения научных исследований в области маркетинга, рекламной и торгово-коммерческой деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование у магистрантов знаний о возможностях использования информационных технологий в научных и прикладных исследованиях;
- расширение и углубление знаний о различных видах прикладных программ, направленных на решение профессиональных задач;
- освоение способов формирования баз данных в маркетинговой деятельности предприятия;
- изучение статистических методов анализа маркетинговых данных;
- формирование навыков пользования основными программными средствами обработки маркетинговой информации.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные технологии в профессиональной деятельности» относится к *обязательной части* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Дисциплина «Современные технологии в профессиональной деятельности» базируется на базовых дисциплинах: «Статистика», «Профессиональные компьютерные программы», «Маркетинг».

«Современные технологии в профессиональной деятельности» имеют логическую и содержательно-методическую связь с дисциплинами: «Рыночные исследования и веб-аналитика»; «Поисковая оптимизация». В свою очередь дисциплина «Современные технологии в профессиональной деятельности» является базой для изучения таких дисциплин как «Информационное обеспечение маркетинговых решений».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур.	
ИОПК-2.1.Применяет инструментальные методы сбора, обработки и анализа больших объемов данных в деятельности торгово-коммерческих предприятий	Знает: Структуру и виды современных компьютерных программ для решения профессиональных задач в торгово-коммерческой деятельности. Знает: Функциональные возможности и ограничения прикладных офисных программ для статистической обработки маркетинговой информации

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	<p>Умеет: Использовать современные компьютерные технологии для решения профессиональных задач</p> <p>Умеет: Применять основные методы статистического анализа в процессе работы с данными</p> <p>Трудовое действие: Реализует алгоритмы статистической обработки и анализа информации в профессиональных компьютерных программах для прикладных исследований</p> <p>Трудовое действие: Решает задачи в области управления маркетинговой деятельностью с помощью глобальных информационных систем и систем автоматизированного управления</p>
ОПК-5 Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач	
ИОПК-5.1. Использует стандартный комплекс компьютерных программ и технологий для обработки и представления информации в управленческой деятельности	<p>Знает: Структуру и виды современных компьютерных программ для решения профессиональных задач в торгово-коммерческой деятельности.</p> <p>Знает: Функциональные возможности и ограничения прикладных офисных программ для статистической обработки маркетинговой информации</p> <p>Умеет: Использовать современные компьютерные технологии для решения профессиональных задач</p> <p>Умеет: Применять основные методы статистического анализа в процессе работы с данными</p> <p>Трудовое действие: Реализует алгоритмы статистической обработки и анализа информации в профессиональных компьютерных программах для прикладных исследований</p> <p>Трудовое действие: Решает задачи в области управления маркетинговой деятельностью с помощью глобальных информационных систем и систем автоматизированного управления</p>
ИОПК-5.2. Использует специализированное программное обеспечение и интеллектуальные информационно-аналитические системы при решении профессиональных задач	<p>Знает: Структуру и виды современных компьютерных программ для решения профессиональных задач в торгово-коммерческой деятельности.</p> <p>Знает: Функциональные возможности и ограничения прикладных офисных программ для статистической обработки маркетинговой информации</p> <p>Умеет: Использовать современные компьютерные технологии для решения профессиональных задач</p> <p>Умеет: Применять основные методы статистического анализа в процессе работы с данными</p> <p>Трудовое действие: Реализует алгоритмы статистической обработки и анализа информации в профессиональных компьютерных программах для прикладных исследований</p> <p>Трудовое действие: Решает задачи в области управления маркетинговой деятельностью с помощью глобальных информационных систем и систем автоматизированного управления</p>

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (1 курсе) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность и роль современных компьютерных технологий в маркетинговой и торгово-коммерческой деятельности	16,8	1		2	13,8
2.	Виды и функциональная характеристика современных маркетинговых программных продуктов	17	1		2	14
3.	Процедура сбора, обработки и анализа баз данных, содержащих маркетинговую информацию	19	1		4	14
4.	Применение методов статистического анализа при проведении научных и прикладных исследований в области маркетинга	19	1		4	14
5.	Виды и особенности работы в облачных сервисах	17	1		2	14
6.	Глобальные информационные технологии маркетинга	19	1		4	14
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		107,8	6		18	83,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			0,2	
	Контроль					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (1 курсе) (заочная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность и роль современных компьютерных технологий в маркетинговой и торгово-коммерческой деятельности	15,5	1		1	14
2.	Виды и функциональная характеристика современных маркетинговых программных продуктов	15,5			1	14
3.	Процедура сбора, обработки и анализа баз данных, содержащих маркетинговую информацию	19	2		2	16
4.	Применение методов статистического анализа при проведении научных и прикладных исследований в области маркетинга	19			2	16
5.	Виды и особенности работы в облачных сервисах	17,5	1		1	16
6.	Глобальные информационные технологии маркетинга	17,5			1	16
<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>		108	4		8	92
	Контроль самостоятельной работы (КСР)					
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			0,2	
	Контроль	3,8			3,8	
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Учебная литература

1. Боровиков В.П. Популярное введение в современный анализ данных в системе STATISTICA: методология и технология современного анализа данных: Учебное пособие для студентов вузов / В.П. Боровиков. - М.: Гор. линия-Телеком, 2013. - 288 с.: ил.+1

электрон.; - Библиогр.: с. 285. - ISBN 9785991203265: 384.61. З.я7 - Б83 (10 экз); Библиотека КубГУ, режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=115242>

2. 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>

3. Тюрин Ю.Н. Анализ данных на компьютере: учебное пособие/ Ю. Н. Тюрин, А. А. Макаров. М.: Изд-во МЦНМО, 2016. 367 с. : ил. - Библиогр. в конце гл.; Библиогр.: с. 355-362. - ISBN 978-5-4439-1011-6 : 306 р. 46 к. (3 экз.).

4. 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: <https://znanium.com/catalog/document?pid=515227>

4. Моосмюллер Г. Маркетинговые исследования с SPSS: учебное пособие для студентов вузов / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик . - 2-е изд. - М. : ИНФРАМ, 2012. - 199 с. : ил. - (Высшее образование). - Библиогр. : с. 194. - ISBN 9785160042404: 157.50. У29я7 - М 779 (15 экз).

5. Халафян, А. А. Статистический анализ данных. STATISTICA 6: учебное пособие для студентов вузов / А. А. Халафян. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: [БИНОМ-Пресс], 2010. - 522 с. : ил. - (Учебник). - Библиогр.: с. 521-522. - ISBN 9785951803702 : 490 р. (25 экз.).

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор: Кайфеджан Д.П.