

## Аннотации к рабочим программам дисциплин

### Аннотация к рабочей программы дисциплины Б1.О.29 Профессиональные компьютерные программы

**Объем трудоемкости:** 3 зачетных единиц

**Цель дисциплины:** формирование у студентов компетенций в области современных информационно-коммуникационных технологий, необходимых для использования профессиональных компьютерных программ, современных программных продуктов, направленных на решение маркетинговых задач.

**Задачи дисциплины:**

- формирование знаний терминологии, структуры, видов современных компьютерных программ, направленных на решение профессиональных задач в области маркетинга;
- освоение алгоритмов сбора, обработки и анализа данных в специализированной маркетинговой программе STATISTICA;
- развитие навыков работы с маркетинговой информацией на основе использования современных программных продуктов;
- создание условий для формирования навыков сбора, обработки и оформления результатов анализа маркетинговой информации;
- приобретение навыков интерпретации полученных таблиц, диаграмм и графиков в ходе обработке маркетинговой информации в STATISTICA.

**Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Профессиональные компьютерные программы» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на третьем курсе по очной и на третьем курсе по очно-заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Дисциплина «Профессиональные компьютерные программы» базируется на дисциплинах «Компьютерный практикум», «Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности» и имеет логическую связь с дисциплинами «Маркетинг», «Статистика», «Рыночные исследования и анализ данных». В свою очередь дисциплина «Профессиональные компьютерные программы» является базой для изучения таких дисциплин как «Веб-аналитика», «Методы анализа и прогнозирования спроса».

**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 (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
<b>ОПК-5 Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</b>	
ИОПК-5.3. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии решения профессиональных задач	Знает: Основные виды современных компьютерных программ, их возможности работы с маркетинговой информацией
	Знает: Порядок и методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации
	Умеет: Преобразовывать маркетинговую информацию с помощью программных продуктов
	Умеет: Выполнять основные виды статистического анализа и интерпретировать их результаты с использованием профессиональных компьютерных программ
	Трудовое действие: Анализ и прогнозирование маркетинговой, рекламной, коммерческой деятельности.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	Трудовое действие: Оформление отчетов и результатов маркетинговых исследований с использованием современных компьютерных программ

**Содержание дисциплины:**

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины (*очная форма обучения*)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Сущность, характеристики, виды современных компьютерных программ, их возможности и ограничения по обработке и анализу маркетинговой информации.	8	2		2	4
2.	Методы сбора маркетинговой информации и планирование выборки.	10	2		4	4
3.	Формирование исходной базы данных.	14	2		4	8
4.	Первичная обработка маркетинговой информации с использованием описательной статистики, частотного и дисперсионного анализа.	10	2		4	4
5.	Основные методы статистического анализа маркетинговой информации.	12	2		4	6
6.	Факторный анализ и создание новых переменных.	12	2		4	6
7.	Кластерный и дискриминантный анализ.	12	2		4	6
8.	Методы прогнозирования маркетинговой деятельности с помощью специальных программных средств.	12	2		4	6
9.	Визуализация результатов анализа: таблицы, диаграммы и графики.	12	2		4	6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	<i>98,8</i>	<i>18</i>		<i>34</i>	<i>49,8</i>
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	3				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

**Курсовые работы:** *не предусмотрена*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *зачет*

Автор

Д.П. Кайфеджан, преподаватель кафедры маркетинга и торгового дела