**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01 «НОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ»**

09.03.03. Прикладная информатика

Объем трудоемкости: 2 зачётные единицы

Цель дисциплины: развитие общекультурных 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 компьютерных информационных моделей для различных аспектов маркетинговой деятельности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина «Новые информационные технологии в маркетинге» относится к вариативной части Блока 1 Дисциплины и модули. Данная дисциплина тесно связана с дисциплинами: «Прикладное программное обеспечение», «Язык программирования С++». 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 математического и экономического, естественнонаучного цикла ООП бакалавриата.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций: ПК-6, ПК-8.

№ п.п.	Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
1.	ПК-6 способен моделировать прикладные (бизнес) процессы и предметную область	ИПК-6.1 (06.001 D/03.06 Зн.2) Типовые способы моделирования прикладных (бизнес) процессов и предметной области ИПК-6.2 (06.001 D/03.06 Зн.3) Основные этапы моделирования прикладных (бизнес) процессов и предметной области ИПК-6.7 (06.015 В/16.5 У.1) Моделировать прикладные (бизнес) процессы и предметную область
2.	ПК-8 способен планировать необходимые ресурсы и этапы	ИПК-8.1 (06.015 В/16.5 Зн.7) Способы планирования необходимых ресурсов и этапы выполнения работ

№ п.п.	Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	выполнения работ в области информационно-коммуникационных технологий, составлять соответствующие технические описания и инструкции	в области информационно-коммуникационных технологий ИПК-8.2 (40.011 А/02.5 Зн.1) Цели и задачи планирования необходимых ресурсов и этапов выполнения работ в области информационно-коммуникационных технологий

*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (очная форма обучения).

№ п/п	Наименование разделов (тем)	Всего	Аудиторная работа			Внеауд работа
			ПЗ	Л	ЛР	СРС
	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	8		2	6	
2.	Принципы разработки СУБД «Оценка недвижимости». Триплексное исследование информационной модели.	4		2	2	
3.	Разработка СУБД «Помощь в выборе формы налогообложения для малого бизнеса»	6		2	4	
	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.	8		2	6	
5.	Автоматизированная обработка данных о клиентах фирмы (на основе анкеты Харви Маккея)	12		2	4	6
	Раздел 3 Современные средства рекламы и продвижения товаров					
6.	Разработка СУБД «Средства рекламы в Краснодарском крае»	8		2	2	4
7.	Подготовка проекта «Создание, позиционирование и рекламное	12		2	4	6

	обеспечение деятельности фирмы»					
	Раздел 4 Автоматизация взаимоотношений с клиентами					
8.	Сравнительный анализ CRM - систем управления взаимоотношениями с клиентами	11,8		2	4	5,8
	Всего по разделам дисциплины:	69,8		16	32	21,8
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	2				
	Итого:	72		16	32	21,8

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: зачет.

Автор: д.п.н., к. физ.-мат. наук,
профессор кафедры анализа данных и искусственного интеллекта С.В. Юнов