


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета экономики



В.С. Отто
«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.15.01 Аналитические технологии в маркетинге

Уровень основной профессиональной образовательной программы –

бакалавриат

Направление подготовки – 38.03.06 «Торговое дело»

Направленность (профиль) подготовки – «Международная торговля»

Форма обучения – очная

Сроки освоения ОПОП – нормативный 4 года

Факультет экономики

Кафедра предпринимательства и планирования экономической деятельности

Рязань, 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО, в процессе изучения основных положений аналитических технологий в маркетинге. Учебная дисциплина призвана способствовать развитию профессионального кругозора обучающихся, формированию базовых навыков компьютерно-аналитического мышления, позволяющих успешно работать в условиях интенсивного развития информационных технологий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина относится к дисциплинам по выбору Блока 1.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые следующими предшествующими дисциплинами:

Информатика

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Защита ВКР

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих профессиональных (ОПК) компетенций:

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1.	ОПК-4	способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	технические и программные средства для сбора, анализа и обработки данных, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)	применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)	инструментарием для сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач.
2.	ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать	методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования бизнес-процессов, используемые для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой	применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой	методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой

		маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	информации, конъюнктуры товарного рынка	информации, конъюнктуры товарного рынка	информации, конъюнктуры товарного рынка
3.	ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	Осознает важность моделирования как этапа маркетингового исследования	Умеет пользоваться информацией полученной с помощью маркетингового моделирования	Владеет навыками проведения маркетинговых исследований с помощью моделирования рыночных процессов

2.5 Карта компетенций дисциплины

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ					
АНАЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ					
Цель дисциплины	Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО, в процессе изучения основных положений аналитических технологий в маркетинге. Учебная дисциплина призвана способствовать развитию профессионального кругозора обучающихся, формированию базовых навыков компьютерно-аналитического мышления, позволяющих успешно работать в условиях интенсивного развития информационных технологий..				
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие					
Общекультурные компетенции:					
КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технологии формирования	Формы оценочного средства	Уровни освоения компетенции
ИНДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА				
ОПК-4	способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	<p><u>Знать</u></p> <p>технические и программные средства для сбора, анализа и обработки данных, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)</p> <p><u>Уметь</u></p> <p>применять основные методы и средства получения, хранения,</p>	<p>Лекции</p> <p>Практические занятия</p> <p>Самостоятельная работа</p>	<p>Собеседование</p> <p>Типовой расчет (задачи)</p> <p>Зачет</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ</p> <p>Имеет представление и типовых методах моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели реальных конфликтных ситуаций</p> <p>ПОВЫШЕННЫЙ</p> <p>Знает типовые методы моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели решать задачи моделирования, интерпретировать полученные результаты</p>

		<p>переработки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)</p> <p><u>Владеть</u> инструментарием для сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных профессиональных задач.</p>			
ПК-3	<p>готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей,</p>	<p><u>Знать</u> методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования бизнес-процессов, используемые для прогнозирования потребительского спроса, анализа</p>	<p>Лекции Практические занятия Самостоятельная работа</p>	<p>Собеседование Типовой расчет (задачи) Зачет</p>	<p>ПОРОГОВЫЙ Имеет представление и типовых методах моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели реальных конфликтных ситуаций</p>

	анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка <u>Уметь</u> применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка <u>Владеть</u> методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка			ПОВЫШЕННЫЙ Знает типовые методы моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели решать задачи моделирования, интерпретировать полученные результаты
ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые,	<u>Знать</u> Осознает важность моделирования как	Лекции Практические занятия	Собеседование Типовой расчет	ПОРОГОВЫЙ Имеет представление и типовых методах

	<p>исследования в профессиональной деятельности</p>	<p>этапа маркетингового исследования <u>Уметь</u> пользоваться информацией полученной с помощью маркетингового моделирования <u>Владеть</u> навыками проведения маркетинговых исследований с помощью моделирования рыночных процессов</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p>(задачи) Зачет</p>	<p>моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели реальных конфликтных ситуаций ПОВЫШЕННЫЙ Знает типовые методы моделирования экономических процессов, формулировать теоретические модели решать задачи моделирования, интерпретировать полученные результаты</p>
--	-----------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------	----------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы		Всего часов	Семестр
			8
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий (всего))		32	32
В том числе:			
Лекции (Л)		16	16
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)		16	16
Лабораторные работы (ЛР)		-	-
Самостоятельная работа студента (всего)		40	40
В том числе			
<i>СРС в семестре:</i>		40	40
Чтение текста учебника, лекций		10	10
Решений практических задач		20	20
Решений вариативных задач		20	20
<i>СРС в период сессии:</i>		-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет (З), зачет с оценкой (ЗО)	3	3
	экзамен (Э)		
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	72	72
	зач. ед.	2	2

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
		3	4
8	1	Роль информации в функционировании аналитических систем в маркетинге	Особенности понятий данные, знания, системы обработки информации, информационные технологии. Системы обработки информации. Информационная технология. Информационно-аналитические технологии (ИАТ). Автоматизированные информационные технологии. Средства коммуникаций. Отличительные черты и уровни представления ИАТ. Информатизация общества. Основания классификации информации. Значение экономической информации.
	2	Элементы теории бизнес-анализа и моделирования маркетинговых исследований	Рынок и фирма как системы. Функциональный и системный подходы при моделировании систем. Математические и имитационные системные модели.
	3	Классификация информационно-аналитических систем в маркетинге	Основания классификации информационноаналитических систем (ИАС). Признаки ИАС. Экономические функциональные подсистемы: продажи, маркетинг, производство, финансы, бухгалтерский учет. Варианты информационно-аналитических систем. Системы эксплуатационного уровня. Системы уровня знаний (CAD, Data Warehousing, OLAP, Data Mining). Системы тактического уровня. Системы стратегического уровня. Зарубежная классификация ИАС
	4	Технологии анализа данных в маркетинге	Сущность современной бизнес-аналитики. Аналитическая платформа Deductor Academic. Информационный подход к моделированию. Формализация бизнес-процессов. Банковский риск-менеджменте и модель Дюрана. Бизнеспроцессы и информационный подход. Концепция «моделей от данных» Консолидация данных, их очистка и обогащение. Инструментальная поддержка анализа данных KDD и Data Mining.

			Аналитические платформы как средства построения прикладных решений в области анализа.
	5	Сущность и особенности обработки данных в маркетинге	Подготовка данных к анализу. Алгоритмах извлечения закономерностей из исходных данных. Качество и особенности бизнес-данных. Построении моделей и процедуры сэмплинга. Формализация данных. Принципы сбора данных. Методы сбора данных. Информативность и требования к данным. Требования объемам данных. Транзакционные данные..

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестрам)
			Л	ЛР	ПЗ/С	СРС	всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
4	1	Роль информации в функционировании аналитических систем в маркетинге	2	-	2	8	12	
	2	Элементы теории бизнес-анализа и моделирования маркетинговых исследований	2	-	2	8	12	
	3	Классификация информационно-аналитических систем в маркетинге	4	-	4	8	16	
	4	Технологии анализа данных в маркетинге	4	-	4	8	16	
	5	Сущность и особенности обработки данных в маркетинге	4	-	4	8	16	
			Зачет					-
		ИТОГО за семестр	16	-	16	40	72	

2.3 Лабораторный практикум – не предусмотрен

2.4 Курсовые работы по учебной дисциплине не предусмотрены

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

3.1. Виды СРС

№ с е м е с т р а	№ р аз де л а	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	
				Всего часов
4	1	Роль информации в функционировании аналитических систем в маркетинге	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
	2	Элементы теории бизнес-анализа и моделирования маркетинговых исследований	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
	3	Классификация информационно-аналитических систем в маркетинге	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
	4	Технологии анализа данных в маркетинге	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
	5	Сущность и особенности обработки данных в маркетинге	Чтение текста учебника, лекций Решений практических задач Решений вариативных задач	2 2 4
ИТОГО в семестре				40

3.2. График работы студента (только для студентов очного отделения)

Семестр № 4

Форма оценочного средства	Условное обозначение	Номер недели															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Собеседование			+				+				+			+			
Типовой расчет				+			+			+			+			+	

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа, наряду с аудиторными занятиями, является неотъемлемой частью изучения дисциплины. Приступая к изучению дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести тетради для конспектирования лекций и практических занятий.

В ходе самостоятельной работы изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, научными статьями и материалами исследований в данной области. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы.

При подготовке к экзамену повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на экзамен и содержащихся в данной программе. Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Для оптимизации организации и повышения качества обучения студентам рекомендуется руководствоваться следующими методическими рекомендациями, размещёнными на официальном сайте:

1. Мартишина Н.В. Электронный образовательный ресурс «Самостоятельная работа студентов»: свидетельство о регистрации ресурса № 20418 / Мартишина Н.В., Еремкина О.В.; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. – Дата регистрации 21.10.2014. – Объем 196 Мб (200704 Кб).

2. Страхов В.В. Формы организации учебного процесса в вузе [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для молод. преподавателей / В.В. Страхов, Е.Н. Горохова, Т.В. Кременецкая; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. – Рязань, 2012. – URL:http://www.rsu.edu.ru/wordpress/wpcontent/uploads/2015/04/formy_organizacii_uchebnogo_processa.pdf/

3. Мишакова Н. А., Истомина Т. И., Енькова М. О. Организация самостоятельной работы студентов. Методические рекомендации для преподавателей и студентов. - Редакционно-издательский центр РГУ имени С. А. Есенина, Рязань, 2014 г., - 40 с.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

(см. Фонд оценочных средств)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Информационные системы и технологии в экономике и маркетинге [Электронный ресурс] : учебник / М.В. Лашина, Т.Г. Соловьев. — Москва : КноРус, 2017. — 304 с. — Для бакалавров. - Режим доступа: https://www.book.ru/book/922282 (дата обращения: 18.11.2020)	1-5	8	ЭБС	
2.	Трофимов, В. В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / В. В. Трофимов ; отв. ред. В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2013. — 542 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс) - Режим доступа: https://www.book.ru/search2 (дата обращения: 18.11.2020)	1-5	8	ЭБС	

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1.	Гусарова О.М. Информационноаналитические технологии прогнозирования деятельности организаций // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 12-3. – С. 492-495; URL: https://www.appliedresearch.ru/article/view?id=7962 (дата обращения: 18.11.2020).	1-5	8	ЭБС	
2.	Болотова, Л. С. Системы поддержки принятия решений в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ре-	1-5	8	ЭБС	

	сурс] / Л. С. Болотова ; отв. ред. В. Н. Волкова, Э. С. Болотов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 257 с. - Режим доступа: https://www.biblioonline.ru/viewer/3A3C4EEA-8847-45E3-A442-C19EB93FA07E#page/1 (дата обращения: 18.11.2020)				
3.	Болотова, Л. С. Системы поддержки принятия решений в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс] / Л. С. Болотова ; отв. ред. В. Н. Волкова, Э. С. Болотов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 257 с. - Режим доступа: https://www.biblioonline.ru/book/4C8A042C-6338-4AABA1-602545D14FE1 (дата обращения: 18.11.2020)	1-5	8	ЭБС	

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. BOOK.ru [Электронный ресурс] : электронная библиотека. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: <http://www.book.ru> (дата обращения:15.04.2020) .
2. East View [Электронный ресурс]: [база данных]. - Доступ к полным текстам статей научных журналов из сети РГУ имени С. А. Есенина. - Режим доступа: <https://dlib.eastview.com> (дата обращения: 15.04.2020).
3. Moodle [Электронный ресурс] : среда дистанционного обучения / Ряз. гос. ун-т. - Рязань, [Б.г.]. - Доступ, после регистрации из сети РГУ имени С. А. Есенина, из любой точки, имеющей доступ к Интернету. - Режим доступа: <http://e-learn2.rsu.edu.ru/moodle2> (дата обращения: 05.05.2020).
4. Royal Society of Chemistry journals [Электронный ресурс] : [база данных]. - Доступ к полным текстам архива научных журналов 1841-2007 гг. из сети РГУ имени С.А. Есенина.Режим доступа: <http://pubs.rsc.org/en/Journals?key=Title&value=Current> (дата обращения:15.04.2020) .
5. Znanium.com [Электронный ресурс] : электронная библиотека. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: <http://znanium.com> (дата обращения: 15.06.2020).
6. Труды преподавателей [Электронный ресурс]: коллекция // Электронная библиотека Научной библиотеки РГУ имени С. А. Есенина. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа:<http://dspace.rsu.edu.ru/xmlui/handle/123456789/3> (дата обращения: 15.04.2020).
7. Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс]: электронная библиотека. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red (дата обращения: 15.04.2020).
8. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] : официальный сайт / Рос. гос. б-ка. - Москва : Рос. гос. б-ка, 2003 -. - Доступ к полным текстам из комплексного читального зала НБ РГУ имени С. А. Есенина. - Режим доступа: <http://diss.rsl.ru> (дата обращения: 15.04.2020).
9. Юрайт [Электронный ресурс] : электронная библиотека. - Доступ к полным текстам по паролю. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru> (дата обращения: 20.04.2020).

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Онлайн-калькулятор [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://referatwork.ru>, свободный(дата обращения: 20.04.2020).
2. Онлайн-калькулятор [Электронный ресурс]- Режим доступа: http://math.semestr.ru/games/games_manual.php(дата обращения: 20.04.2020).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий:

Необходимы стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций – видеопроектор, ноутбук, экран. Необходимы стандартно оборудованные аудитории для проведения практических занятий.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: необходимы видеопроектор, ноутбук, экран.

6.3. Требования к специализированному оборудованию: не требуется

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (Заполняется только для стандарта ФГОС ВПО)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно; фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия (семинар)	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы и электронных презентаций лекций, работа с официальными источниками статистической информации, работа над аналитическими заданиями, просмотр электронных презентаций по заданной теме, решений задач по алгоритму и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Готовясь к зачету, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- чтение лекций с использованием слайд-презентаций, графических объектов, схем и образцов (через Интернет);
- распространение самостоятельных заданий и консультирование посредством электронной почты;
- консультирование обучающихся по подготовке к семинарскому занятию посредством электронной почты.

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса:

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

Стандартный набор ПО (для кафедральных ноутбуков):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система Windows ¹	
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC media player	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются: вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.) система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

11. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ

Приложение 1

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
1	Роль информации в функционировании аналитических систем в маркетинге	ОПК-4, ПК-3, ПК-10	Зачет
2	Элементы теории бизнес-анализа и моделирования маркетинговых исследований	ОПК-4, ПК-3, ПК-10	Зачет
3	Классификация информационно-аналитических систем в маркетинге	ОПК-4, ПК-3, ПК-10	Зачет
4	Технологии анализа данных в маркетинге	ОПК-4, ПК-3, ПК-10	Зачет
5	Сущность и особенности обработки данных в маркетинге	ОПК-4, ПК-3, ПК-10	Зачет

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОПК-4	способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем	знать	ОПК4 31
		технические и программные средства для сбора, анализа и обработки данных, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)	
		уметь	ОПК4 У1
		применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической)	
		владеть	ОПК4 В1
		инструментарием для сбора, анализа и обработки данных, необходимых для	

		решения поставленных профессиональных задач.	
ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	знать	
		методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования бизнес-процессов, используемые для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	ПК3 31
		уметь	
		применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	ПК3 У1
		владеть	
		методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	ПК3 В1
ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	знать	
		Осознает важность моделирования как этапа маркетингового исследования	ПК10 31
		уметь	
		пользоваться информацией полученной с помощью маркетингового моделирования	ПК10 У1
		владеть	
		навыками проведения маркетинговых исследований с помощью моделирования рыночных процессов	ПК10 В1

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ)

№	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1	Сущность системного подхода и особенности прикладного системного анализа.	ОПК4 31, ПК-3 31, ПК10 31
2	Информационно-аналитические технологии в маркетинге	ОПК4 31, ПК-3 31, ПК10 31
3	Классификация информационно-аналитических систем в	ОПК4 31, ПК-3 31

	маркетинге	ПК10 З1
4	Системы поддержки принятия экономических решений в маркетинге	ОПК4 З1, ПК-3 З1 ПК10 З1
6	Применение информационно-аналитических систем для получения конкурентных преимуществ.	ОПК4 З1, ПК-3 З1 ПК10 З1
7	Технологии анализа данных в маркетинге	ОПК4 З1, ПК-3 З1 ПК10 З1
8	Принципы анализа данных и их структурирование.	ОПК4 З1, ПК-3 З1 ПК10 З1
9	Сущность и особенности обработки данных в маркетинге	ОПК4 З1, ПК-3 З1 ПК10 З1
10	Введение и принципы анализа данных.	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 З1
11	Консолидация данных в маркетинге	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
12	Трансформация и визуализация данных в маркетинге	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
13	Очистка и предобработка данных. Data Mining: задача ассоциации.	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
14	Data Mining: кластеризация. Data Mining: классификация и регрессия. Статистические методы	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
15	Data Mining: классификация и регрессия. Машинное обучение.	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
16	Принятие маркетинговых решений в условиях неопределенности	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
17	Анализ и прогнозирование временных рядов.	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
18	Ансамбли моделей в маркетинге	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
19	Сравнение моделей в маркетинге	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
	Развитие и назначение Deductor. Аналитические технологии, реализованные в Deductor	ОПК4 В1, ПК-3 В1 ПК10 У1
20	Базовые визуализаторы	ОПК4 У1, ПК-3 У1 ПК10 В1
21	Узлы. Сортировка. Замена и фильтрация	ОПК4 У1, ПК-3 У1 ПК10 В1
22	Узел калькулятор	ОПК4 У1, ПК-3 У1 ПК10 В1
23	Использование скриптов	ОПК4 У1, ПК-3 У1 ПК10 В1
24	Модель поставок со скидкой	ОПК4 У1, ПК-3 У1 ПК10 В1
25	Групповая обработка	ОПК4 У1, ПК-3 У1

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(Шкалы оценивания)

зачет

В основе оценивания лежат критерии порогового и повышенного уровня характеристик компетенций или их составляющих частей, формируемых на учебных занятиях по дисциплине (Таблица 2.5. рабочей программы)

«Отлично» (5) / «зачтено» – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.


«Хорошо» (4) / «зачтено» - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3) / «зачтено» - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«Неудовлетворительно» (2) / «не зачтено» - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета экономики

 В.С. Отто

«31» августа 2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Аналитические технологии в маркетинге

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) подготовки
«Международная торговля»

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
очная

Рязань, 2020

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО, в процессе изучения основных положений аналитических технологий в маркетинге. Учебная дисциплина призвана способствовать развитию профессионального кругозора обучающихся, формированию базовых навыков компьютерно-аналитического мышления, позволяющих успешно работать в условиях интенсивного развития информационных технологий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе (8 семестр).

3. Трудоемкость дисциплины: 2 зачетных единицы, 72 академических часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ п/п	Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1.	ОПК-4	способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или)商 物-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со	технические и программные средства для сбора, анализа и обработки данных, необходимых для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или)商 物-технологической)	применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или)商 物-технологической)	инструментарие м для сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных профессиональн ых задач.

		средством управления информацией			
2.	ПК-3	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	методы и процедуры, основные понятия, правила и принципы моделирования бизнес-процессов, используемые для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	применять инструментальные средства анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка	методами выбора инструментальных средств, анализа и обработки данных, необходимых для прогнозирования потребительского спроса, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка
3.	ПК-10	способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности	Осознает важность моделирования как этапа маркетингового исследования	Умеет пользоваться информацией, полученной с помощью маркетингового моделирования	Владеет навыками проведения маркетинговых исследований с помощью моделирования рыночных процессов

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения
Зачет (8 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.