

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Казанский национальный исследовательский технический университет
им. А.Н. Туполева-КАИ»**

**Чистопольский филиал «Восток»
Кафедра Компьютерных и телекоммуникационных систем**

АННОТАЦИЯ
к рабочей программе дисциплины
Обработка маркетинговых данных

Индекс по учебному плану: **Б1.В.08.01**

Направление подготовки: **09.03.01 Информатика и вычислительная техника**

Квалификация: **Бакалавр**

Профиль подготовки: **Автоматизированные системы обработки информации и управления**

Вид профессиональной деятельности: **проектно-конструкторская, проектно-технологическая**

Чистополь 2019 г.

РАЗДЕЛ 1. ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ И КОНЕЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование у студентов системы знаний об обработке маркетинговых данных как способе управления деятельностью субъектов рынка.

1.2. Задачи дисциплины

Основными задачами изучения дисциплины являются:

- получение знаний о сущности маркетинга, его задачах и принципах; получение знаний об обработке маркетинговых данных;
- изучение методов и инструментов по обработке маркетинговых данных.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Обработка маркетинговых данных» является вариативной дисциплиной Блока Б1 учебного плана. Непосредственно связана с дисциплинами «Большие данные», «Информационные технологии в экономике», «Системы управления», и опирается на освоенные при изучении данных дисциплин знания и умения.

Знания и умения, приобретаемые студентами в ходе освоения содержания дисциплины «Обработка маркетинговых данных», будут использоваться при изучении дисциплин «Информационный менеджмент», «Технико-экономическое обоснование проектов», «Организация и управление производством».

1.4. Перечень компетенций, которые должны быть реализованы в ходе освоения дисциплины ОПК-5, ПК-2.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ И ТЕХНОЛОГИЯ ЕЕ ОСВОЕНИЯ

Распределение фонда времени по видам занятий

Наименование раздела и темы	Всего часов	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах/интерактивных часах)				Коды составляющих компетенций	Формы и вид контроля освоения составляющих компетенций (из фонда оценочных средств)
		лекции	лаб. раб.	пр. зан.	сам. раб.		
<i>Раздел 1. Введение в маркетинг</i>							
Тема 1.1. Основные понятия маркетинга	12	4	2		6	ОПК-5 ПК-2	ФОС ТК-1
Тема 1.2. Этапы развития и концепции маркетинга	14/4	4	4/4		6		
Тема 1.3. Основные приемы маркетинга, виды маркетинга	12	4	2		6		
<i>Раздел 2. Процесс управления маркетингом при обработке маркетинговых данных</i>							
Тема 2.1. Понятие и этапы маркетингового исследования	16/6	4	6/6		6	ОПК-5 ПК-2	ФОС ТК-2
Тема 2.2. Изучение маркетинговой среды	10	2	2		6		

Тема 2.3. Анализ потребительского рынка	14/4	4	4/4		6		
Тема 2.4. Деловой рынок	10	2	2		6		
Тема 2.5. Сегментирование рынка	12/2	4	2/2		6		
<i>Раздел 3. Разработка комплекса мер по обработке маркетинговых данных</i>							
Тема 3.1. Товар в комплексе маркетинга	10/2	2	2/2		6	ОПК-5 ПК-2	ФОС ТК-3
Тема 3.2. Цена и ценовая политика	12/4	2	4/4		6		
Тема 3.3. Каналы распределения и товародвижения	10	2	2		6		
Тема 3.4. Продвижение товара	12/4	2	4/4		6		
Итого за семестр	144/36	36	36/36		72		
Экзамен	36				36		ФОС ПА
ИТОГО:	180/36	36	36/36		108		

РАЗДЕЛ 3. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

3.1.1. Основная литература:

1. Маркетинг / Ким С.А. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=513272>
2. Маркетинг: Учебник / Наумов В.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=505620>

3.1.2. Дополнительная литература:

3. Маркетинг / Алексунин В.А., - 6-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 216 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=511979>
4. Маркетинг: Учебник / Соловьев Б. А., Мешков А. А., Мусатов Б. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 336 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=536868>

3.2. Информационное обеспечение:

1. Основным источником сведений по курсу, размещенных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет, являются материалы курса, выложенные в ЭОС Black Board.
2. Электронные библиотечные системы КНИТУ-КАИ.
3. СПС «КонсультантПлюс»

3.3. Кадровое обеспечение

3.3.1. Базовое образование

Высшее образование в предметной области и/или наличие ученой степени и/или ученого звания в области преподаваемой дисциплины и/или дополнительного профессионального образования - профессиональная переподготовка в области преподаваемой дисциплины и/или заключение экспертной комиссии о соответствии квалификации преподавателя профилю преподаваемой дисциплины.