

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Цифровые технологии в маркетинге»

Дисциплина «Цифровые технологии в маркетинге» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цели: формирование знаний, умений и навыков применения цифровых технологий и программных средств анализа данных при решении маркетинговых задач. Задачи: - формирование у студентов знаний о цифровых технологиях, современных программных продуктах, применяемых в маркетинговой деятельности; - формирование умения применять цифровые технологии и инструменты для принятия управленческих решений в маркетинге; - формирование навыков подбора оптимальных информационных технологий для решения маркетинговых задач компании..

Изучаемые объекты дисциплины

- методы анализа данных - компьютерные информационные технологии - программные средства.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	14	14
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет	9	9
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	144	144

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Модуль 1. Табличный анализ данных	6	0	18	44
Тема 1. Табличное форматирование в средствах управления таблицами (MS Excel, Google-таблицы). Понятие таблицы, структура, столбцы и строки, заголовки, данные и формулы, операции над столбцами, итоги. Тема 2. Управление таблицами (MS Excel, Google-таблицы). Создание таблиц, добавление строк и столбцов. Ссылки и связи между таблицами. Операции над группами ячеек, выделение, заполнение. Тема 3. Сводные таблицы (MS Excel, Google-таблицы). Понятие сводной таблицы. Правило построения сводной таблицы, источники данных, строки, столбцы, данные, фильтры. Работа с полями сводной таблицы, вычисляемая поля, дополнительные вычисления. Сводные диаграммы.				
Модуль 2. Технология анализа данных с использованием запросов (MS Power Query)	8	0	18	46
Тема 4. Понятие запроса MS Power Query в MS Excel. Язык M MS Power Query. Источники данных. Структура запроса (let... in...). Простые шаги запроса. Расширенный редактор. Загрузка данных из различных источников. Преобразование данных. Выгрузка данных в MS Excel. Тема 5. Основные типы анализируемых данных MS Power Query: таблицы, списки, записи, значения, текст. Синтаксис запроса. Комбинирование и преобразование типов. Операторы языка M MS Power Query. Тема 6. Встроенные функции языка M MS Power Query: таблиц, списков, записей, текстовые, логические, даты и времени. Тема 7. Пользовательские функции языка M MS Power Query, создание и вызов функций. Тема 8. Моделирование данных на основе запросов MS Power Query и сводных таблиц. Создание моделей на основе преобразованных данных.				
ИТОГО по 7-му семестру	14	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	14	0	36	90