

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 27.04.2024 10:23:06

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ДАННЫХ В МАРКЕТИНГЕ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.03.01 ЭКОНОМИКА**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **АНАЛИТИКА ДАННЫХ В ЭКОНОМИКЕ И БИЗНЕСЕ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Практическое применение данных в маркетинге» входит в программу бакалавриата «Аналитика данных в экономике и бизнесе» по направлению 38.03.01 «Экономика» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Институт мировой экономики и бизнеса. Дисциплина состоит из 3 разделов и 3 тем и направлена на изучение способов использования данных для принятия решений в области маркетинга. Она фокусируется на том, как анализ данных может быть применен для оптимизации маркетинговых стратегий, улучшения взаимодействия с клиентами и повышения эффективности маркетинговых кампаний.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в использовании систем баз данных в маркетинге, необходимые в практике работы международного бизнеса в этой области.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Практическое применение данных в маркетинге» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

| Шифр | Компетенция  | Индикаторы достижения компетенции<br>(в рамках данной дисциплины)  |
|------|--|--|
| УК-2 | Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2.2 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;<br>УК-2.3 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля;  |
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  | УК-3.1 Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;<br>УК-3.2 Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;<br>УК-3.3 Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели; |
| ПК-3 | Способен анализировать большие данные с использованием современной методологической и технологической инфраструктуры   | ПК-3.1 выявляет, формирует и согласует требования к результатам аналитических работ с применением технологий больших данных;<br>ПК-3.2 планирует и организует аналитические работы с использованием технологий больших данных;<br>ПК-3.3 подготавливает данные для проведения аналитических работ по исследованию больших данных;  |

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Практическое применение данных в маркетинге» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению

запланированных результатов освоения дисциплины «Практическое применение данных в маркетинге».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр | Наименование компетенции   | Предшествующие дисциплины/модули, практики*  | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|------|--|--|--|
| УК-3 | Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде  | Учебная практика;<br>Ознакомительная практика;<br>Менеджмент;<br><i>Геоинформационные системы: визуализация пространственных данных**;</i><br><i>"Умные города": Россия и мир**;</i>   | Преддипломная практика;                  |
| УК-2 | Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | Финансы, денежное обращение и кредит;<br>Бухгалтерский учет;<br>Основы права;<br>Учебная практика;<br>Ознакомительная практика;  | Преддипломная практика;                  |
| ПК-3 | Способен анализировать большие данные с использованием современной методологической и технологической инфраструктуры   | <i>Основы предпринимательства**;</i><br><i>Бизнес-планирование**;</i><br>SQL и основы работы с базами данных;<br>Python для бизнес-аналитики;<br>Цифровая бизнес-аналитика;<br>BI-инструменты;<br>Визуализация аналитических данных; | Преддипломная практика;                  |

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Практическое применение данных в маркетинге» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

| Вид учебной работы                               | ВСЕГО, ак.ч.   |            | Семестр(-ы) |
|--|----------------|------------|-------------|
|  |                |            | 7           |
| <i>Контактная работа, ак.ч.</i>                  | 34             |            | 34          |
| Лекции (ЛК)                                      | 17             |            | 17          |
| Лабораторные работы (ЛР)                         | 0              |            | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)            | 17             |            | 17          |
| <i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i> | 92             |            | 92          |
| <i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i> | 18             |            | 18          |
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>             | <b>ак.ч.</b>   | <b>144</b> | <b>144</b>  |
|  | <b>зач.ед.</b> | <b>4</b>   | <b>4</b>    |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины   | Содержание раздела (темы) |   | Вид учебной работы* |
|---------------|---|---------------------------|---|---------------------|
| Раздел 1      | Роль информации в функционировании аналитических систем в маркетинге<br>Элементы теории бизнес-анализа и моделирования маркетинговых исследований<br>Классификация информационноаналитических систем в маркетинге | 1.1                       | 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. Рынок и фирма как системы. Функциональный и системный подходы при моделировании систем. Математические и имитационные системные модели. Основания классификации информационноаналитических систем (ИАС). Признаки ИАС. Экономические функциональные подсистемы: продажи, маркетинг, производство, финансы, бухгалтерский учет. Варианты информационноаналитических систем. Системы эксплуатационного уровня. Системы уровня знаний (CAD, Data Warehousing, OLAP, Data Mining). Системы тактического уровня. Системы стратегического уровня. Зарубежная классификация ИАС | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Технологии анализа данных в маркетинге  | 2.1                       | Сущность современной бизнес-аналитики. Аналитическая платформа Deductor Academic. Информационный подход к моделированию. Формализация бизнес-процессов. Банковский рискменеджменте 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.  | ЛК, СЗ              |
| Раздел 3      | Сущность и особенности обработки данных в маркетинге  | 3.1                       | Подготовка данных к анализу. Алгоритмах извлечения закономерностей из исходных данных. Качество и особенности бизнес-данных. Построении моделей и процедуры сэмпинга. Формализация данных. Принципы сбора данных. Методы сбора данных. Информативность и требования к данным. Требования объемам данных. Транзакционные данные.   | ЛК, СЗ              |

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории              | Оснащение аудитории   | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)  |
|----------------------------|---|---|
| Лекционная                 | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.   | 101 Ноутбук Asus F6A<br>Мультимедиа проектор Casio XJS400UN<br>Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W<br>Проекционный экран GEHA 244*244 Экран с электропроводом Draper 203*1 Акустическая система Defender Mercury 35 Mk11 Телевизор Philips  |
| Семинарская                | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. | 330 Мультимедиа проектор Casio XJ-M250<br>Экран настенный Digis Dsob-1106   |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.                                  | 25 аудитория<br>Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт. 27 аудитория<br>Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт. 29 аудитория<br>Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.<br>стационарные персональные компьютеры с пакетом Microsoft Office 2007 20 штук; 432 аудитория<br>Мультимедиа проектор - 1 шт., экран - 1 шт.<br>стационарные персональные компьютеры с пакетом Microsoft Office 2007 20 штук |

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд.,

перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978- 5-534-05818-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510588> (дата обращения: 29.04.2023).

2. Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 446 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14967-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515029> (дата обращения: 29.04.2023).

3. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15426-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510611> (дата обращения: 29.04.2023).

4. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510420> (дата обращения: 29.04.2023).

*Дополнительная литература:*

1. 1. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513376> (дата обращения: 29.04.2023).

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510866> (дата обращения: 29.04.2023).

3. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512882> (дата обращения: 29.04.2023).

4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510957> (дата обращения: 29.04.2023).

5. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511454> (дата обращения: 29.04.2023).

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Практическое применение данных в маркетинге».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Практическое применение данных в маркетинге» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

|                             |                      |  |
|-----------------------------|----------------------|--|
| <hr/> <i>Должность, БУП</i> | <hr/> <i>Подпись</i> | <hr/> Асмятуллин Равиль<br>Рамильевич<br><i>Фамилия И.О.</i> |
|-----------------------------|----------------------|--|

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

|                            |                      |                           |
|----------------------------|----------------------|---------------------------|
| <hr/> <i>Должность БУП</i> | <hr/> <i>Подпись</i> | <hr/> <i>Фамилия И.О.</i> |
|----------------------------|----------------------|---------------------------|

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

|  |                      |  |
|--|----------------------|--|
| <hr/> Заведующий кафедрой<br><i>Должность, БУП</i> | <hr/> <i>Подпись</i> | <hr/> Балашова Светлана<br>Алексеевна<br><i>Фамилия И.О.</i> |
|--|----------------------|--|