

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.05.2025 11:33:28
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Высшая школа управления

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАРКЕТИНГОВАЯ АНАЛИТИКА НА ОСНОВЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.04.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

ПРИНЯТИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ (BIG DATA ECONOMICS)

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Маркетинговая аналитика на основе больших данных» входит в программу магистратуры «Принятие эффективных управленческих решений (Big Data Economics)» по направлению 38.04.01 «Экономика» и изучается в 1, 2 семестрах 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра прикладной экономики. Дисциплина состоит из 3 разделов и 10 тем и направлена на изучение понятия и сущности больших данных, источников их получения, особенностей и направлений применения результатов их анализа в различных отраслях и сферах хозяйственной деятельности.

Целью освоения дисциплины является приобретение студентами знания концептуальных подходов к проведению маркетинговых исследований и анализа маркетинговой информации для принятия управленческих решений; освоение студентами методов сбора и анализа маркетинговой информации; приобретение студентами понимания сущности больших данных, возможностей их использования в маркетинговой аналитике, источников больших данных; приобретение студентами знания об используемых технологических платформах для больших данных и организации и управлении аналитическими средами в условиях использования больших данных; освоение студентами аналитических инструментов и методов обработки больших данных; приобретение студентами умения практически планировать и проводить маркетинговый анализ, интерпретировать его результаты; овладение студентами навыками организации аналитической команды в соответствии с требованиями, предъявляемыми к профессионалам в области аналитики в эпоху больших данных.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинговая аналитика на основе больших данных» 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 (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;; УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;; УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;; УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;; УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.;
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;; УК-2.2 Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;; УК-2.3 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;; УК-2.4 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		и ограничений;; УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля;
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1 Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности;; УК-6.2 Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей;; УК-6.3 Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи;; УК-6.4 Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения.;
ОПК-1	Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач	ОПК-1.1 Обладает фундаментальными знаниями в области экономической науки.; ОПК-1.2 Умеет использовать фундаментальные знания для решения прикладных и/или исследовательских задач; ОПК-1.3 Владеет навыками выбора методов решения практических и исследовательских задач на основе фундаментальных экономических знаний.;
ОПК-2	Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях	ОПК-2.1 Обладает знаниями о продвинутых инструментальных методах экономического анализа.; ОПК-2.2 Умеет применять знания о продвинутых инструментальных методах экономического и финансового анализа при проведении прикладных и/или фундаментальных исследований.;
ОПК-4	Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность	ОПК-4.1 Разрабатывает организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности; ОПК-4.2 Владеет навыками аргументированного убеждения в поддержку предлагаемых финансово-экономических и организационно-управленческих решений; ОПК-4.3 Контролирует результаты выполнения принимаемых финансово-экономических и организационно-управленческих решений;
ПК-3	Способен организовывать исследования и осуществлять разработку перспективных методов, моделей и механизмов организации и планирования производства	ПК-3.2 Способен к формированию экономических моделей деятельности организации;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинговая аналитика на основе больших данных» относится к обязательной части 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 «Маркетинговая аналитика на основе больших данных».

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-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла		Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Алгоритмизация и программирование на языках высокого уровня**; BI-аналитика (Business Intelligence)**; Современный менеджмент данных (Advanced Data Management)**; Вероятностные модели в экономике**; Гибкая методология создания высокотехнологичной продукции и услуг (Agile)**; Прикладные модели и методы в поведенческой экономике**; Цифровые методы анализа данных**; Большие данные в бизнес-интеллекте**; Теория и практика принятия управленческих решений; Цифровые платформы и экосистемы современного бизнеса;
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий		Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Алгоритмизация и программирование на языках высокого уровня**; BI-аналитика (Business Intelligence)**; Современный менеджмент данных (Advanced Data Management)**; Вероятностные модели в экономике**; Гибкая методология создания высокотехнологичной продукции и услуг (Agile)**; Прикладные модели и методы в поведенческой экономике**; Цифровые методы анализа данных**; Большие данные в бизнес-интеллекте**; Теория и практика принятия управленческих решений; Цифровые платформы и экосистемы современного бизнеса;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-6	Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки		Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;
ОПК-1	Способен применять знания (на продвинутом уровне) фундаментальной экономической науки при решении практических и/или исследовательских задач		Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Теория и практика принятия управленческих решений; Цифровые платформы и экосистемы современного бизнеса;
ОПК-2	Способен применять продвинутые инструментальные методы экономического анализа в прикладных и/или фундаментальных исследованиях		Теория и практика принятия управленческих решений; Цифровые платформы и экосистемы современного бизнеса; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;
ОПК-4	Способен принимать экономически и финансово обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности и нести за них ответственность		Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;
ПК-3	Способен организовывать исследования и осуществлять разработку перспективных методов, моделей и механизмов организации и планирования производства		Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Теория и практика принятия управленческих решений; Цифровые платформы и экосистемы современного бизнеса;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Маркетинговая аналитика на основе больших данных» составляет «5» зачетных единиц.

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)	
			1	2
Контактная работа, ак.ч.	72		36	36
Лекции (ЛК)	36		18	18
Лабораторные работы (ЛР)	0		0	0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	36		18	18
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	72		18	54
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	36		18	18
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	180	72	108
	зач.ед.	5	2	3

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	Маркетинговый анализ: понятия, составляющие, используемые методы	1.1	Маркетинговый анализ: основные понятия, цели и алгоритм проведения, модели и инструменты маркетингового анализа	ЛК, СЗ
		1.2	Методы и модели анализа маркетинговой информации	ЛК, СЗ
Раздел 2	Понятие больших данных, их ценность, источники и направления отраслевого использования	2.1	Обзор концепции больших данных. Понятие больших данных, возможности и направления их использования в бизнес-аналитике.	ЛК, СЗ
		2.2	Источники больших данных и отраслевое использование больших данных.	ЛК, СЗ
		2.3	Использование веб-данных в маркетинговом анализе.	ЛК, СЗ
		2.4	Использование данных поисковых систем в маркетинговой аналитике	ЛК, СЗ
		2.5	Использование данных социальных сетей в маркетинге	ЛК, СЗ
		2.6	IoT – как источник больших данных.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Технологии, процессы и методы, используемые для работы с большими данными	3.1	Эволюция масштабируемости аналитических систем. Технологические платформы для больших данных.	ЛК, СЗ
		3.2	Создание аналитических сред и управление ими, аналитические инструменты и методы.	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		
Семинарская		
Для самостоятельной работы		

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Анализ данных : учебник для вузов / В. С. Мхитарян [и др.] ; под редакцией В. С. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 490 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00616-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511020> (дата обращения: 19.04.2023).

2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационные анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство

Юрайт, 2025. — 286 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21301-0. — Текст : электронный // Образовательная программа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569590> (дата обращения: 15.03.2025).

3. Диесперова Н.А. Маркетинг: учебное пособие / Н.А. Диесперова. - Москва: ИНФРА-М, 2024. - 376 с. - Текст электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2038207>.

4. Ын, Су. Теоретический минимум по Big Data. Все что нужно знать о больших данных. — СПб : Издательство Питер, 2019

Дополнительная литература:

1. Туманов, В.Е. Проектирование хранилищ данных для систем бизнес-аналитики : учебное пособие / В.Е. Туманов. - Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2010. - 616 с. : ил., табл., схем. - (Основы информационных технологий). - ISBN 978-5-9963-0353-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233492> (17.09.2018).

2. Фрэнкс, Б. Революция в аналитике. Как в эпоху Big Data улучшить ваш бизнес с помощью операционной аналитики / Билл Фрэнкс. — М.: Альпина Паблишер, 2016

3. Фрэнкс, Б. Укрощение больших данных. Как извлекать знание из массивов информации с помощью глубокой аналитики / Билл Фрэнкс. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014

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

<https://mega.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

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинговая аналитика на основе больших данных».

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

РАЗРАБОТЧИКИ:

_____	_____	Диесперова Наталья Александровна
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>
_____	_____	Диесперова Наталья Александровна
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой	_____	Островская Анна Александровна [Б] заведующий кафе
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент	_____	Островская Анна Александровна
<i>Должность, БУП</i>	<i>Подпись</i>	<i>Фамилия И.О.</i>