МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА» (РУТ (МИИТ)

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинговая аналитика на основе больших данных

Направление подготовки: 09.03.03 – Прикладная информатика

Направленность (профиль): Прикладная информатика в экономике и бизнесе

Форма обучения: Очная

Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения учебной дисциплины являются формирование у обучающихся компетенций, связанных с использованием теоретических знаний и практических навыков в области применении передовых аналитических инструментов и методов для решения различных маркетинговых проблем; выработке умений принимать решения в области продаж и маркетинга.

Задачи дисциплины:

- освоение подбора эффективных источников данных и подходящие аналитические инструменты для решения маркетинговой задачи;
- появление навыков выполнения подготовки данных для выполнения аналитических действий;
- формирование умений по преобразованию результатов анализа в управленческие идеи;
- получение научно-теоретических знаний и практических навыков в области структур, методов и инструментов маркетинговой аналитики.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108

академических часа(ов).