

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 применения 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 4 з.е. (144 академических часа(ов)).