

# Б1.В.ДВ.02.01 Аналитический маркетинг

Объем дисциплины (модуля) 4 ЗЕТ (144 час)

## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель освоения дисциплины - формирование у обучающихся знаний о сущности и принципах аналитического маркетинга, умений и навыков осуществления маркетинговых исследований на основе анализа данных.

Задачи дисциплины: формирование знаний об аналитических подходах к принятию решений в маркетинге, умений осуществлять моделирование конкурентной среды и применять технологии анализа данных, навыков расчета маркетинговых показателей.

## ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

**УК-1:** Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

**УК-1.1:** Анализирует проблемную ситуацию (задачу) и выделяет ее базовые составляющие. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации (задачи), разрабатывает алгоритмы их реализации

**ПК-2.1:** Способен планировать и проектировать фундаментальное и прикладное социологическое и маркетинговое исследование, разработать его дизайн и методическую стратегию с учетом специфики исследования рынков, в т.ч. в сети «Интернет»

**ПК-2.1.5:** Осуществляет маркетинговое исследование в информационно-коммуникационной сети «Интернет»

**ПК-2.2:** Способен обрабатывать, анализировать и интерпретировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций

**ПК-2.2.2:** Использует специальное программное обеспечение для обработки, обобщения и анализа социологических данных

**ПК-2.2.1:** Выбирает и обосновывает способы обобщения и анализа социологических данных

**ПК-2.3:** Способен разработать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения

**ПК-2.3.3:** Разрабатывает предложения по корректировке стратегии продвижения на основе анализа ее эффективности

**ПК-2.3.2:** Анализирует трафик на веб-сайт

**ПК-2.3.1:** Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

**Знать:** основные понятия и методы аналитического маркетинга, принципы системного анализа рынка, виды и методы расчета маркетинговых показателей

**Уметь:** определять оптимальный набор специальных инструментов диагностики для организации, применять технологии анализа данных и методы анализа конкурентной среды

**Владеть:** навыками принятия управленческих решений на основе анализа данных, применения методов анализа конкурентной среды, разработки программы, модели измеряемых показателей.

## СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Введение в аналитический маркетинг

Раздел 2. Технологии сбора и анализа данных

Раздел 3. Визуализация данных