

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.10.1 Применение компьютерных технологий в маркетинговых
исследованиях

по направлению подготовки: 39.03.01 Социология

по профилю «Экономическая социология»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ГМУС

Кафедра-разработчик рабочей программы: ГМУС

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Применение компьютерных технологий в маркетинговых исследованиях» являются:

- а) раскрытие положений, характеризующих специфику применения компьютерных технологий в маркетинговых исследованиях,
- б) изучение комплекса базовых компьютерных программ, позволяющих проводить маркетинговые исследования;
- в) овладение техникой анализа эмпирических данных маркетинговых исследований с использованием комплекса базовых компьютерных программ, позволяющих проводить маркетинговые исследования.

2. Содержание дисциплины «Применение компьютерных технологий в маркетинговых исследованиях»:

Специфика применения компьютерных технологий в маркетинговых исследованиях
Комплекс базовых компьютерных программ, позволяющих проводить маркетинговые исследования

Техника анализа эмпирических данных маркетинговых исследований с использованием комплекса базовых компьютерных программ, позволяющих проводить маркетинговые исследования

3. В результате освоения дисциплины «Применение компьютерных технологий в маркетинговых исследованиях» обучающийся должен:

1) Знать:

- а) специфику применения компьютерных технологий в маркетинговых исследованиях,
- б) комплекс базовых компьютерных программ, позволяющих проводить маркетинговые исследования,
- в) принципы экономической эффективности различных компьютерных технологий в маркетинговых исследованиях.

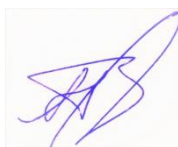
2) Уметь:

- а) применять компьютерные технологии в маркетинговых исследованиях
- б) использовать комплекс базовых компьютерных программ, позволяющих проводить маркетинговые исследования.

3) Владеть:

- а) навыками применения компьютерных технологий в маркетинговых исследованиях
- б) навыками использования комплекса базовых компьютерных программ, позволяющих проводить маркетинговые исследования

Зав. кафедрой ГМУС



А.Р. Тузиков