

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В МАРКЕТИНГЕ

Б1.В.ДВ.8.1

Дисциплина «Математические методы в маркетинге» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», квалификации бакалавр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью учебной дисциплины «Математические методы в маркетинге» является формирование системы знаний и практических навыков применения математических методов для анализа рыночных ситуаций, моделирования процессов принятия управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.

Задачами курса являются:

- ✓ ознакомить с опытом применения современных математических методов в практике маркетинговой деятельности;
- ✓ научить обоснованному применению математических методов для анализа рыночных ситуаций;
- ✓ ознакомить с возможностями компьютерных технологий для построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей
- ✓ сформировать интерес к изучению и применению экономико-математических методов в процедурах маркетингового анализа

Результатом изучения дисциплины «Математические методы в маркетинге» является развитие навыков применения современных математических методов в процедурах маркетингового анализа и построения моделей принятия маркетинговых решений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Математические методы в маркетинге» относится к вариативной части бакалавриата по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Дисциплина «Математические методы в маркетинге» базируется на дисциплинах: математика, статистика, маркетинг, поведение потребителя, изучение и прогнозирование спроса, коммерческая деятельность, изучение и прогнозирование спроса, управление маркетингом, информационные технологии обработки статистической информации, маркетинговые исследования, математическое моделирование социально-экономических процессов, управление продажами, семестр, международный маркетинг, маркетинг услуг.

Дисциплины, изучаемые одновременно с дисциплиной «Математические методы в маркетинге»: маркетинговые коммуникации, статистика рынка товаров и услуг, статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности, рекламная деятельность, ВТL-технологии в торговле и маркетинге, электронная коммерция, интернет-маркетинг, маркетинг в отраслях и сферах деятельности, математические методы обработки экономических данных.

Освоение дисциплины «Математические методы в маркетинге» необходимо для изучения следующих дисциплин: маркетинговый анализ, управление брендами, логистика.

В результате изучения курса обучающийся должен знать:

подходы к оценке воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлению и анализу рыночных и специфических рисков, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли в части: моделирования экономических процессов, разработки мультиатрибутивных моделей товаров, определения приоритетов оценки потребительских свойств товара на основе статистики продаж, моделирования формирования товарной линии;

подходы к количественному и качественному анализу информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления в части применения: классических методов оптимизации, линейного программирования, двойственных задач, транспортных задач, задач целочисленного программирования, методов принятия решений в условиях неопределённости.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Математические методы в маркетинге» в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и образовательной программой по данному направлению подготовки:

ПК-9 - профессиональной компетенции способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций

и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

ПК-10 - профессиональной компетенции владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

подходы к оценке воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлению и анализу рыночных и специфических рисков, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли в части: моделирования экономических процессов, разработки мультиатрибутивных моделей товаров, определения приоритетов оценки потребительских свойств товара на основе статистики продаж, моделирования формирования товарной линии;

подходы к количественному и качественному анализу информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления в части применения: классических методов оптимизации, линейного программирования, двойственных задач, транспортных задач, задач целочисленного программирования, методов принятия решений в условиях неопределённости.

Уметь:

применять теоретические и эмпирические подходы к оценке воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлению и анализу рыночных и специфических рисков, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли в части: моделирования экономических процессов, разработки мультиатрибутивных моделей товаров, определения приоритетов оценки потребительских свойств товара на основе статистики продаж,

моделирования формирования товарной линии;

применять теоретические и эмпирические подходы к количественному и качественному анализу информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления в части применения: классических методов оптимизации, линейного программирования, двойственных задач, транспортных задач, задач целочисленного программирования, методов принятия решений в условиях неопределённости.

Владеть:

навыком самостоятельной организации подходов к оценке воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлению и анализу рыночных и специфических рисков, а также анализа поведения потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли в части: моделирования экономических процессов, разработки мультиатрибутивных моделей товаров, определения приоритетов оценки потребительских свойств товара на основе статистики продаж, моделирования формирования товарной линии;

навыком самостоятельной организации подходов к количественному и качественному анализу информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления в части применения: классических методов оптимизации, линейного программирования, двойственных задач, транспортных задач, задач целочисленного программирования, методов принятия решений в условиях неопределённости.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.