

«BIG-DATA (АНАЛИТИКА БОЛЬШИХ МАССИВОВ ДАННЫХ)»

Б1.В.ДВ.5.1

Дисциплина «Big-Data (Аналитика больших массивов данных)» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Аналитический маркетинг» квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины является формирование теоретических знаний и практических навыков в области методологии, обработки и анализа больших данных.

Учебные задачи :

- ✓ дать ориентировку в важнейших разделах ИТ в качестве основы для последующего изучения и дальнейшей работы по освоению и использованию баз данных;
- ✓ сформировать представления о технических и методологических средствах анализа больших данных
- ✓ добиться усвоения основных принципов и понятий, позволяющих сознательно применять эти знания в практической деятельности;
- ✓ использовать практические навыки анализа больших объемов данных для решения широкого спектра задач.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Big-Data (Аналитика больших массивов данных)» является дисциплиной по выбору учебного плана ОП магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» программа «Аналитический маркетинг».

Дисциплина «Big-Data (Аналитика больших массивов данных)» базируется на дисциплинах - «Маркетинговые факторы результативности бизнеса», «Статистические методы в научных исследованиях», «Маркетинговый анализ и аудит».

Изучение этой дисциплины позволит обучающимся успешно осваивать дисциплины «Современный стратегический анализ», «Современные методы социологических исследований», «Статистический анализ развития отраслей», а также выполнять определенную практическую работу (по запросу) в ходе научно-исследовательской работы и практик.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Big-Data (Аналитика больших массивов данных)», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» программа «Аналитический маркетинг».

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

ОК-1 - способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу

ПК-5 - владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия и категории информационных технологий;
- основные методы и способы получения и хранения информации;
- основные способы и средства переработки информации;
- особенности работа с большими данными.

Уметь:

- самостоятельно работать с различными источниками информации (интернет, печатные издания);
- владеть основными методами и способами получения и хранения информации;
- владеть способами и средствами переработки информации;
- представлять результаты своих исследований.

Владеть:

- навыками получения информации из различных источников;
- навыками обобщения имеющейся информации;
- навыками работы с аппаратно-программными средствами обработки больших данных;
- навыками анализа больших объемов данных.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.