

# «ЭКОНОМЕТРИКА (ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ)»

## Б1.В.ОД.12

Дисциплина «Эконометрика (продвинутый уровень)» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Современные маркетинговые коммуникации», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

### 1. Цели освоения дисциплины

**Цель** дисциплины – обучение студентов методологии и методике построения и применения многомерных эконометрических методов анализа данных в аналитических исследованиях социально-экономических

**Основными задачами дисциплины являются:**

- расширение и углубление теоретических знаний о качественных особенностях экономических и социальных систем и закономерностях их развития;
- изучение многомерных эконометрических методов анализа данных и практического использования в экономических приложениях;
- овладение методами снижения размерности и получение навыков практической работы с ними для анализа состояния экономических и социальных систем;
- овладение методами классификации и получение навыков практической работы с ними для анализа состояния экономических и социальных систем;
- овладение пакетами эконометрических программ, практическим опытом их применения для решения типовых задач классификации и снижения размерности.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Эконометрика (продвинутый уровень)» (Б1.В.ОД.10) относится к обязательным дисциплинам вариативной части.

Дисциплина изучается во взаимосвязи с дисциплинами программ бакалавриата, а также со следующими дисциплинами данной программы магистратуры: «Методы исследований в менеджменте», «Современные методы социологических исследований», «Статистические методы в научных исследованиях».

### 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Эконометрика (продвинутый уровень)», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 38.04.02 «Менеджмент» (программа – «Современные маркетинговые коммуникации»).

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

- **ПК-4** – способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения;
- **ПК-5** – владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

• **Знать:**

- области практического применения методов снижения размерности и многомерной классификации.
- основные понятия, определения, правила действий с многомерными генеральными совокупностями и выборками;
- метод главных компонент, методы факторного, кластерного и дискриминантного анализа для решения задач снижения размерности и многомерной классификации при исследовании социально-экономических процессов;
- современные программные продукты, применяемые для решения задач снижения размерности и многомерной классификации;

• **Уметь:**

- применять современные информационные технологии решения задач снижения размерности и многомерной классификации при исследовании социально-экономических процессов;
- решать практические задачи преобразования и снижения размерности пространства исходных признаков, выделения главных компонент;
- решать задачи классификации многомерных наблюдений и выделения групп однородных объектов - кластеров;

• **Владеть:**

- навыками применения пакетов прикладных программ для решения задач снижения размерности и многомерной классификации при исследовании социально-экономических процессов;
- навыками осуществления корректной интерпретации полученных данных.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.