


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович
Должность: ректор ФГБОУ ВО Вавиловский университет
Дата подписания: 14.04.2023 20:21:44
Уникальный программный ключ:
528682d78e671e566ab07f01fe1ba2172f735a12

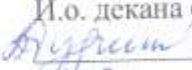
МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный аграрный университет
имени Н. И. Вавилова»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой
 / Ткачев С.И./
« 19 » мая 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана факультета
 / Дудникова Е.Б./
« 19 » мая 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина	СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДАНЫХ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Направление подготовки / специальность	38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль)	Маркетинг и рыночная аналитика в АПК
Квалификация выпускника	Бакалавр
Нормативный срок обучения	4 года
Форма обучения	очно-заочная

Разработчик: доцент, Шибайкин В.А.


(подпись)

Саратов 2021

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» является получение теоретических знаний и практических навыков применения статистических методов анализа и визуализации данных, описания взаимосвязей между теми или иными явлениями, которые могут быть измерены количественно.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело дисциплина «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Для изучения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Статистика», «Информатика», «Маркетинговые исследования».

Дисциплина «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» является базовой для изучения дисциплин: «Риски в коммерческой деятельности» и подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работы

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с индикаторами достижения компетенций

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных и профессиональных компетенций, представленных в табл. 1

Требования к результатам освоения дисциплины

№ п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
			знать	уметь	владеть
1	2	3	5	6	7
1.	ПК 3 Способен к проведению маркетингового исследования с использованием программного обеспечения для изучения конъюнктуры товарного рынка	ПК – 3.1. Анализирует данные маркетинговых исследований с целью выявления удовлетворения потребностей покупателей	методы маркетинговых исследований	анализировать данные маркетинговых исследований с целью выявления потребностей покупателей	навыками применения и использования программного обеспечения для изучения конъюнктуры товарного рынка

4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 2

Объем дисциплины

	Количество часов								
	Всего	в т.ч. по семестрам							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа – всего, в т.ч.	56,1					56,1			
<i>аудиторная работа:</i>	56					56			
лекции	20					20			
лабораторные									
практические	36					36			
<i>промежуточная аттестация</i>	0,1					0,1			
<i>контроль</i>	-					-			
Самостоятельная работа	89,9					89,9			
Форма итогового контроля	зач					зач			
Курсовой проект (работа)	х					х			

Таблица 3

Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Тема занятия Содержание	Неделя семестра	Контактная работа			Самостоятельная работа	Контроль знаний	
			Вид занятия	Форма проведения	Количество часов		Количество часов	Вид
1	2	3	4	5	6	7	8	9
5 семестр								
1.	Понятие о статистическом наблюдении Введение. Связь маркетинга и статистики. Статистические методы как основа маркетинговых исследований	1	Л	В	2		-	-
2.	Практика маркетингового исследования Методика получения информации. Статистическое наблюдение: опрос, выборка, репрезентативность.	2	ПЗ	Т	2		ВК	УО
3.	Практика маркетингового исследования	2	ПЗ	Т	2	8	ТК	ТЗ
4.	Частотный анализ Анализ частотного распределения категориальных	3	Л	В	2		ТК	УО

1	2	3	4	5	6	7	8	9
5 семестр								
	факторов: мода, медиана и др.							
5.	Основные описательные статистики Преобразование исходных данных. Характеристики: средние величины, частоты, репрезентативность	3	ПЗ	Т	2	8	ТК	ТЗ
6.	Основные описательные статистики	4	ПЗ	Т	2	8	ТК	ТЗ
7.	Регрессионный анализ Парный регрессионный анализ. Множественная регрессия	5	Л	В	2		ТК	УО
8.	Анализ предположений Анализ причинно-следственных связей в маркетинговых исследованиях	5	ПЗ	М	2	4	ТК	ТЗ
9.	Анализ предположений	4	ПЗ	Т	2	4	ТК	ТЗ
10.	Корреляционный анализ Процесс обработки результатов маркетинговых исследований на предприятии	7	Л	В	2		ТК	УО
11.	Поиск скрытых маркетинговых ситуаций Корреляционный анализ: обработка результатов маркетинговых исследований	7	ПЗ	Т	2	8	РК	ТЗ
12.	Поиск скрытых маркетинговых ситуаций	8	ПЗ	Т	2	4	ТК	ТЗ
13.	Дисперсионный анализ Применение в маркетинговых исследованиях	9	Л	В	2		ТК	УО
14.	Анализ результатов опроса Основная логика дисперсионного анализа. Интерпретация взаимодействия факторов в маркетинговой деятельности	9	ПЗ	Т	2	4	ТК	ТЗ, С
15.	Анализ результатов опроса Практическое применение программных средств	10	ПЗ	М	2	4	ТК	ТЗ, С
16.	Факторный анализ Назначение и общая характеристика. Методика применения.	11	Л	В	2		ТК	УО
17.	Метод сжатия данных Метод главных компонент. Метод факторного анализа.	11	ПЗ	Т	2	4	ТК	ТЗ
18.	Метод сжатия данных	12	ПЗ	М	2	4	ТК	ТЗ
19.	Кластерный анализ Многомерный статистический анализ. Основные понятия	13	Л	В	2		ТК	УО
20.	Выявление определённых групп потребителей Построение групп. Определение расстояний между группами.	13	ПЗ	М	2	4	ТК	ТЗ
21.	Выявление определённых групп потребителей	14	ПЗ	М	2	4	ТК	ТЗ
22.	Теория карт восприятия Методы построения карт восприятия	15	Л	В	2		ТК	УО
23.	Построение карт восприятия Дискриминантный анализ. Факторный анализ, анализ соответствий. Многомерное шкалирование.	15	ПЗ	М	2	4	ТК	ТЗ
24.	Построение карт восприятия	16	ПЗ	М	2	4	ТК	ТЗ
25.	Обзор программ для статистического анализа данных	17	Л	В	2		ТК	УО
26.	Практика применения статистических программ	17	ПЗ	Т	2	8	РК	ТЗ
27.	Практика применения статистических программ	18	ПЗ	Т	2	3,9	ТК	ТЗ

1	2	3	4	5	6	7	8	9
5 семестр								
28.	Статистические программы в Data Mining Статистическое обучение	ная неделл	Л	В	2		ТК	УО
29.	Выходной контроль				0,1		Вых К	зач
Итого					56,1	87,9	144	

Примечание:

Условные обозначения:

Виды учебной работы: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие.

Формы проведения занятий: В – лекция-визуализация, Т – лекция/занятие, проводимое в традиционной форме, М – моделирование.

Виды контроля: ВК – входной контроль, ТК – текущий контроль, РК – рубежный контроль, ТР – творческий рейтинг, ВыхК – выходной контроль.

Форма контроля: УО- устный опрос, ТЗ – типовое задание, С – сообщения, зач – зачет.

5. Образовательные технологии

Организация занятий по дисциплине «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» проводится по видам учебной работы: лекции, практические занятия, текущий контроль.

Реализация компетентного подхода в рамках направления подготовки 38.03.06 Торговое дело предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Лекционные занятия проводятся в поточной аудитории с применением мультимедийного проектора в виде учебной презентации. Основные моменты лекционных занятий конспектируются. Отдельные вопросы тем предлагаются для самостоятельного изучения с обязательным составлением конспекта.

Целью практических занятий является выработка практических навыков статистической обработки данных используемой в профессиональной деятельности, маркетинговых и научных исследованиях.

Для достижения этих целей используются как традиционные формы работы – решение задач, так и интерактивные методы – моделирование.

Решение задач позволяет обучиться использовать статистические методы для обработки данных в профессиональной деятельности, маркетинговых и научных исследованиях.

Моделирование обеспечивает объяснительно иллюстративный характер обучения, позволяя разложить сложный процесс обработки и анализа данных на более простые слагаемые. Моделирование соответствует задачам высшего

образования, формирует у обучающихся навыки анализа данных, использования информационной культуры в научных и маркетинговой деятельности. С помощью метода моделирования реализуется объяснительно-иллюстративный характер обучения

Групповая работа при моделировании развивает способности обобщённого умения решать задачи. Развиваются такие квалификационные качества, как умение коммуницировать, проводить статистическую обработку и визуализацию данных в маркетинговой деятельности. Практические занятия проводятся в аудиториях имеющих специальное оборудование.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих решение задач, подготовку сообщений, конспектов лекций.

Самостоятельная работа осуществляется в индивидуальном и групповом формате. Самостоятельная работа выполняется обучающимися на основе учебно-методических материалов дисциплины (приложение 2). Самостоятельно изучаемые вопросы курса включаются в вопросы выходного контроля.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература (библиотека СГАУ)

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п. 4, таб. 3)
1	2	3	4	5
1.	Статистические методы анализа данных : учебное пособие / С. А. Агалаков. https://e.lanbook.com/book/103047	С. А. Агалаков,	Омск : ОмГУ, 2017	2,4,6,8,10,12,14,16
2.	Статистический анализ данных в MS Excel : учеб. пособие https://new.znanium.com/catalog/product/987337	А. Ю. Козлов	Москва : ИНФРА-М, 2019.	1-16
3.	Маркетинговые исследования: https://new.znanium.com/catalog/product/511985	Е. Н.Скляр	Москва :Дашков и К, 2018	1,3,5,7,9,11,13,15

б) дополнительная литература

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или кол-во экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п. 4.3)
1	2	3	4	5
1.	Методы и средства комплексного статистического анализа данных : учеб. пособие: https://znanium.com/catalog/product/975598	А.П. Кулаичев	ИНФРА-М, 2018.	1,3,5,7,9,11,13,15

2.	Практикум по дисциплине «Бизнес-анализ с помощью Microsoft Excel» : автоматизированный практикум: http://www.iprbookshop.ru/20693.html	Т. Ю. Журавлева	Саратов : Вузовское образование, 2014.	2,4,6,8,10,12,14,16
3.	Статистический анализ данных, моделирование и исследование вероятностных закономерностей. Компьютерный подход: https://znanium.com/catalog/product/515227	Б.Ю. Лемешко, С.Б. Лемешко, С.Н.	Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015	1-16
4.	Смагин, Б. И. Экономический анализ и статистическое моделирование аграрного производства: монография: https://e.lanbook.com/book/47273	Б. И. Смагин.	Воронеж : Мичуринский ГАУ, 2007	

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Для освоения дисциплины рекомендуются следующие сайты информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Статистический анализ в маркетинговых исследованиях URL:
<http://matica.org.ua/metodichki-i-knigi-po-matematike/statisticheskii-analiz-v-marketingovykh-issledovaniiah>
-

г) периодические издания

Журнал «Вестник Евразийской науки» <https://esj.today/>

д) информационные справочные системы и профессиональные базы данных

- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. <http://elibrary.ru>. Российский информационный портал в области науки, медицины, технологии и образования. На платформе аккумулируются полные тексты и рефераты научных статей и публикаций. Доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет. Свободная регистрация
- Профессиональная база данных «Техэксперт». Современные, профессиональные справочные базы данных, содержащие нормативно-правовую, нормативно-техническую документацию и уникальные сервисы.
- Поисковые интернет-системы Google, Bing и др.

е) информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса:

К информационным технологиям, используемым при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, относятся:

- персональные компьютеры, посредством которых осуществляется доступ к информационным ресурсам и оформляются результаты самостоятельной работы;
 - проекторы и экраны для демонстрации слайдов мультимедийных лекций;
 - активное использование средств коммуникаций (электронная почта, тематические сообщества в социальных сетях и т.п.).
- программное обеспечение: *

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы
1	2	3	4
1	Все разделы дисциплины	DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов Сублицензионный договор №201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г.Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.	Вспомогательная
2	Все разделы дисциплины	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов. Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.	Вспомогательная

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения занятий лекционного и семинарского типов, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации необходимы аудитории с меловыми или маркерными досками, достаточным количеством посадочных мест и освещенностью. Для использования медиаресурсов необходимы проектор, экран, компьютер или ноутбук, по возможности – частичное затемнение дневного света.

Для проведения практических занятий и контроля самостоятельной работы по дисциплине кафедры «Экономическая кибернетика» имеются аудитории №134а, № 245 № 249.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся аудитория №245, читальные залы библиотеки оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8. Оценочные материалы

Оценочные материалы, сформированные для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по

дисциплине «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» разработан на основании следующих документов:

- Федерального закона Российской Федерации от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- приказа Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Оценочные материалы представлены в приложении 1 к рабочей программе дисциплины и включают в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы представлен в приложении 2 к рабочей программе по дисциплине «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности».

10. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности»

Методические указания по изучению дисциплины «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» включают в себя*:

1. Краткий курс лекций.

Краткий курс лекций оформляется в соответствии с приложением 3.

Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры «Экономическая кибернетика» «19» мая 2021 года (протокол № 8а).

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины
«Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» на 2021/2022 учебный год:

Сведения об обновлении лицензионного программного обеспечения

Наименование программы	Примечание
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-219/2020/223-1370 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истек</p>
<p>Kaspersky Endpoint Security</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Право на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный (250-499) 1 year Educational Renewal License. Лицензиат – ООО «Современные технологии», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 6-133/2021/223-1205 от 09.11.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>
<p>Microsoft Office</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № 201201/КЛ/Л/44-208 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем по адресу: г. Саратов, ул. Советская, 60 от 01.12.2020 г.</p>	<p>Срок действия контракта истекает 31.12.2021 г.</p>
<p>Microsoft Office</p> <p>Реквизиты подтверждающего документа: Предоставление неисключительных прав на ПО: DsktpEdu ALNG LicSAPk OLV E 1Y Acdmc Ent. Лицензиат – ООО «КОМПАРЕКС», г. Саратов.</p> <p>Сублицензионный договор № АЭ-030 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ с конечным пользователем от 15.12.2021 г.</p>	<p>Заключен новый договор сроком на 1 год (по 31.12.2022 г.)</p>

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Бухгалтерский учет, статистика и информационные технологии» «15» декабря 2021 года (протокол № 36).

Заведующий кафедрой



 (подпись)

С.И. Ткачев

**Лист изменений и дополнений,
вносимых в рабочую программу дисциплины
«Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности»**

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» на 2022/2023 учебный год:

1. В связи с переименованием университета рабочую программу дисциплины «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности», разработанную и утвержденную в федеральном государственном образовательном учреждении высшего образования «Саратовский государственный аграрный университет имени Н.И. Вавилова (ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ) считать рабочей программой дисциплины федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова» (ФГБОУ ВО Вавиловский университет) на основании решения Ученого совета университета от 30.08.2022 протокол №1.

2. Дополнена основная литература в п.5 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины»:

№ п/п	Наименование, ссылка для электронного доступа или количество экземпляров в библиотеке	Автор(ы)	Место издания, издательство, год	Используется при изучении разделов (из п.4, таб.3)
1	2	3	4	5
1.	Статистические методы анализа данных: учебное пособие. Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1831431	Клячкин В. Н., Кувайскова, В. А. Алексеева	Москва: Финансы и Статистика, 2021. - 240 с. - ISBN 978-5-00184-057-2. -	Все разделы

Актуализированная рабочая программа дисциплины «Статистический анализ данных в маркетинговой деятельности» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Бухгалтерский учет и статистика» «31» августа 2022 года (протокол № 2).

Заведующий кафедрой


(подпись)

С.И. Ткачев