

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
"Математические модели рекламных воздействий"**

по направлению/направленности 38.03.05 (бакалавриат), «Бизнес-информатика»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины:

- получение студентами знаний о методах математического моделирования рекламных воздействий;
- подготовка студентов к научной и практической деятельности в области маркетинговых исследований;
- формирование навыков анализа и выбора нужной стратегии рекламной деятельности.

Предметом изучения дисциплины являются математические модели рекламных воздействий, методы анализа моделей рекламных стратегий.

Задачи дисциплины:

- изучение постановки проблем, возникающих при анализе рекламных вложений;
- освоение основных методов качественного и численного анализа математических моделей рекламных воздействий;
- обучение использованию современных программных продуктов для анализа и построения решений.

В результате изучения курса студенты должны сформировать навыки качественного анализа моделей рекламных воздействий, изучить особенности подхода к эконометрическим оценкам рекламных вложений, уметь получать оптимальное решение в задачах оптимизации, их исследование, использование современных программных продуктов для построения решений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП (уровень подготовки кадров высшей квалификации)

Дисциплина «Математические модели рекламных воздействий» принадлежит вариативной части ФГОС ВО по направлению «Бизнес-информатика». Дисциплина изучается студентами третьего курса бакалавриата.

Изучение курса «Математические модели рекламных воздействий» базируется на компетенциях, сформированных у обучающихся в процессе изучения дисциплин: математические методы в экономике, исследование операций, эконометрическое моделирование ПК-10, ПК-17, ПК-18.

Компетенции, знания, навыки и умения, приобретенные в результате прохождения курса, будут востребованы при выполнении курсовых и выпускной квалификационной работ, связанных с моделированием и изучением динамических экономических проблем, проблем спроса.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК-10 формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями,	Знать: - методы и модели формализации рынка потребителей и рекламных воздействий Уметь: - описывать потребительскую аудиторию, формализовать процесс воздействия с помощью рекламы

организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Владеть: - инструментами моделирования воздействия на потребительскую аудиторию
ПК -17 способность использовать основные методы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности для теоретического и экспериментального исследования	Знать: - математические постановки задач рекламных воздействий Уметь: - определять тип задач рекламных воздействий; - анализировать задачи рекламных воздействий; - модифицировать базовые модели под потребности прикладной проблемы Владеть: - методами решения задач ОУ; - методами регрессионного анализа; - навыками аналитического и численного решения динамических задач рекламных воздействий; - навыками создания динамической модели для анализа рекламных воздействий
ПК-18 способность использовать соответствующий математический аппарат и инструментальные средства для обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования	Знать: - постановки динамических задач рекламных воздействий; регрессионные методы анализа; - прикладные пакеты моделирования оптимизационных динамических проблем. Уметь: - определять тип задач рекламных воздействий; - анализировать задачи рекламных воздействий; - модифицировать базовые модели под потребности прикладной проблемы Владеть: - методами решения задач ОУ; - методами регрессионного анализа; - навыками аналитического и численного решения динамических задач рекламных воздействий; - навыками создания динамической модели для анализа рекламных воздействий

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов)

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проблемная лекция;
- лекция–дискуссия;
- лекция с разбором конкретных ситуаций;
- использование специализированных и прикладных программ;
- решение конкретных профессиональных ситуаций, используя современные информационные технологии;
- компьютерное моделирование ситуаций;
- групповая дискуссия;
- мозговой штурм.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- выполнение самостоятельных практических работ и собственных проектов;
- работа со специализированной литературой и электронными ресурсами.

6. Контроль успеваемости

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды текущего контроля: опрос, лабораторные работы.

По данной дисциплине предусмотрена форма отчетности (зачет, экзамен): экзамен