**ВВЕДЕНИЕ**

Учебно-методический комплекс (электронный учебно-методический комплекс) по учебной дисциплине «Интеллектуальный анализ данных в маркетинговых исследованиях» составлен для магистрантов специальности 1-26 81 05 «Маркетинг» на основании учебной программы данной дисциплины. Основная цель данного учебно-методического комплекса (электронного учебно-методического комплекса) состоит в объединении структурных элементов научно-методического обеспечения изучения учебной дисциплины «Интеллектуальный анализ данных в маркетинговых исследованиях», последовательном изложении необходимого материала по теории и практике интеллектуального анализа данных в маркетинговых исследованиях, реализации междисциплинарных связей, организации методического обеспечения самостоятельной работы магистрантов.

Необходимость изучения учебной дисциплины «Интеллектуальный анализ данных в маркетинговых исследованиях» магистрантами учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» определяется профессиональной спецификой их практической деятельности в области маркетинга.

Основной задачей учебно-методического комплекса (электронного учебно-методического комплекса) по учебной дисциплине являются формирование профессиональной компетенции в области организации и проведения интеллектуального анализа данных маркетинговых исследований; изучения и анализа задач интеллектуального анализа данных по типам маркетинговой информации; основных технологий и систем интеллектуального анализа маркетинговой информации.

В рамках совместной учебной деятельности преподавателя и магистранта данный УМК (ЭУМК) выступает в качестве своеобразного инструмента по получению и усвоению знаний по учебной дисциплине «Интеллектуальный анализ данных в маркетинговых исследованиях», а также приобретению практических навыков в области проведения интеллектуального анализа данных маркетинговых исследований, от которых во многом зависит устойчивый и продолжительный коммерческий успех белорусских предприятий.