

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Кафедра маркетинга
Факультет "Высшая школа управления"

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева
Сертификат: 9j2hTjBWdghukGsnnIBD1qOBKOp3/OW
Дата: 21.03.2025 г.

В. Р. Пратусевич

Веб аналитика

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 - Менеджмент

Образовательная программа:

Маркетинг

Профиль

Маркетинг

Рекомендовано

Факультет "Высшая школа управления"

(протокол №53 от 20.05.2025)

Одобрено

Кафедра маркетинга

(протокол №10 от 28.04.2025)

Москва 2025

Содержание

Наименование разделов РПД		Стр.
1.	Наименование дисциплины	5
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	8
4.	Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	8
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	9
5.1.	Содержание дисциплины	9
5.2.	Учебно-тематический план	11
5.3.	Содержание семинаров, практических занятий	11
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для	14

	самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	14
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	17
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	18
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	28
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	29
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	29
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных	35

	справочных систем	
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	36

1. Наименование дисциплины

«Веб аналитика».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения
ПКН-10	Владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей, применяя для анализа, моделирования и поддержки принятия решений современные информационные технологии и программные средства, включая инструменты бизнес-аналитики, обработки и анализа данных	Использует методы получения информации, ее анализа для построения моделей и интерпретации результатов моделирования.	Знать: Сущность и основные элементы содержания понятия "веб-аналитика". Уметь: Правильно анализировать базовые состояния и тенденции развития веб-сайтов.
		Применяет приемы классификации и выбора подходящих измерительных шкал при описании организационных систем, происходящих в них процессов и явлений.	Знать: Задачи веб-аналитики Уметь: Разрабатывать методологию исследования веб-сайтов, проводить исследования в конкретной предметной области.
		Использует	Знать:

		навыки организации и проведения качественных и количественных исследований и анализа информации, подготовки аналитических отчетов о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг.	Основные способы проведения веб-анализа. Уметь: Использовать основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией.
УК-4	Способность использовать прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач	1. Использует основные методы и средства получения, представления, хранения и обработки данных.	Знать: Способы и методы стратегического планирования и прогнозирования в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта. Уметь: Принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирования

			е в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных.
		Демонстрирует владение профессиональными пакетами прикладных программ.	Знать: способы работы с информационными материалами разного назначения. Уметь: Составлять стратегии и планы интернет-маркетинга, оценивать их эффективность.
		Выбирает необходимое прикладное программное обеспечение в зависимости от решаемой задачи.	Знать: современные тенденции развития Рунета. Уметь: - реализовывать переменные комплекса цифровых маркетинговых инструментов с помощью информационного наполнения интернет-сайта; - составлять информационный контент интернет-сайта, удовлетворяющий стратегическим

			и тактическим маркетинговым целям.
		Использует прикладное программное обеспечение для решения конкретных прикладных задач.	Знать: понятийный аппарат в области цифрового маркетинга, в том числе знать научный тезаурус цифровой среды маркетинга на иностранном языке. Уметь: Гибко использовать инструменты цифрового маркетинга на товарных рынках и рынке услуг.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Веб аналитика» относится к «Модулю "Маркетинговая аналитика"»

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 8 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа -	16	16

Аудиторные занятия		
<i>Лекции</i>	4	4
<i>Семинары, практические занятия</i>	12	12
Самостоятельная работа	92	92
Вид текущего контроля	Контрольная работа;	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет;	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Сущность веб-аналитики и основная терминология.

Понятие, цели, задачи и методы веб-аналитики. Инструменты для сбора статистики.: счетчики JavaScript , лог-анализаторы. Классификация систем интернет-аналитики: системы веб-аналитики, системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц, системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице, диспетчеры тегов, счетчики-рейтинги. Стратегическая и сквозная веб-аналитика. Три принципа веб-аналитики. История развития веб-аналитики. Традиционная веб-аналитика и веб-аналитика 2.9. Ключевые метрики: классификация, количественные и качественные метрики, названия показателей в Яндекс,Метрике. Метрики для анализа контента социальных медиа, SEO , посадочных страниц и конверсии, лидов, PR и брендинга. Общие метрики воронки продаж и коммуникаций.

Тема 2. Методология веб-анализа.

Особенности процессов измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о посетителях веб-сайтов с целью их улучшения и оптимизации. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. Алгоритм анализа эффективности сайта. Технический анализ сайта

(по устройствам, браузерам, скорости загрузки). Анализ поведения пользователей на сайте (контент сайта, поиск по сайту, карта поведения). Использование тепловых карт (кликов, ссылок, скроллинга) и вебвизора для анализа сайта. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро-и макро конверсий.

Тема 3. Взаимосвязь интернет-маркетинга с веб-аналитикой.

Российский рынок интернет-маркетинга, интернет-рекламы и роль веб-аналитики. Форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения, не вошедшие в Digital . Сравнительная характеристика перфоманс-маркетинга (Performance - based Marketing) и веб-аналитики. Понятие аудитории и интернет-исследований. Определение и содержание CMS. Динамический и статический сайт. Характеристика контента и его создание и распространение. Критерии классификации систем управления контентом. Простая, шаблонная, профессиональная, универсальная CMS . Функциональные и технологические возможности систем управления контентом.

Тема 4. Инструментарий веб-анализа.

Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы. Анализаторы логов: WebTrends , Webalizer , AWStats . Счетчики - рейтинги : Rambler's Top100, Liveinternet, [Рейтинг](#) @Mail.ru , OpenStat, HotLog. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице. Обзор, настройка и отчеты Яндекс.Метрики. Плюсы и минусы Яндекс.Метрики. Основные принципы работы счетчика. Настройки счетчика (настройка кода, фильтры, операции, уведомления, доступы.) Настройка целей и событий. Функционал отчетов (сегменты, визуализация, кастомизация отчета). Основные отчеты Яндекс.Метрики. анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика. Использование UTM -меток. Анализ потока кликов, поиск тенденций в анализе источников. Алгоритм анализа конверсий. Анализ эффективности SEO -продвижения, контекстной рекламы, email -

маркетинга, трафика соцсетей. Построение систем сквозной аналитики. Анализ эффективности рекламы. Построение воронки привлечения и продаж для выполнения KPI . Медиапланирование и прогнозирование результата.

5.2. Учебно-тематический план

очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем(разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа		Семинары, практические занятия	Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции		
1	Сущность веб-аналитики и основная терминология.	27	4	1	3	23
2	Методология веб-анализа.	27	4	1	3	23
3	Взаимосвязь интернет-маркетинга с веб-аналитикой.	27	4	1	3	23
4	Инструментарий веб-анализа.	27	4	1	3	23
	Итого	108	16	4	12	92

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Сущность веб-аналитики и основная терминология.	Понятие, цели, задачи и методы веб-аналитики Инструменты для сбора статистики: счетчики JavaScript, лог-анализаторы. Классификация систем интернет-аналитики: системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц, системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице, диспетчеры тегов, счетчики-рейтинги. Стратегическая и сквозная веб-аналитика	Устные ответы, дискуссия, решение тестов, бизнес-кейс, ситуационная задача.
Методология веб-анализа.	Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. Алгоритм анализа эффективности сайта. Технический анализ сайта (по устройствам, браузерам, скорости загрузки). Анализ поведения пользователей на сайте (контент сайта, поиск по сайту, карта поведения).	Устные ответы, дискуссия, решение тестов, бизнес-кейс, ситуационная задача.

	Использование тепловых карт (кликов, ссылок, скроллинга) и вебвизора для анализа сайта. Анализ данных из электронной торговли.	
Взаимосвязь интернет-маркетинга с веб-аналитикой.	Форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения, не вошедшие в Digital. Сравнительная характеристика перфоманс-маркетинга (Performance-based Marketing) и веб-аналитики. Понятие аудитории и интернет-исследований. Определение и содержание CMS. Динамический и статический сайт. Характеристика контента и его создание и распространение. Классификация систем управления контентом.	Устные ответы, дискуссия, решение тестов, бизнес-кейс, ситуационная задача.
Инструментарий веб-анализа.	Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики. Основные принципы работы счетчика. Настройки счетчика.	Устные ответы, дискуссия, решение тестов, бизнес-кейс, ситуационная задача.

	Настройки целей и событий. Функционал отчетов. Основные отчеты Яндекс.Метрики. Использование UTM-меток. Анализ потока кликов, поиск тенденций в анализе источников. Алгоритм анализа конверсий. Анализ эффективности SEO-продвижения, контекстной рекламы, email-маркетинга, трафика соцсетей.	
--	---	--

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Сущность веб-аналитики и основная терминология.	1. Изучить дополнительный материал по теме «Особенности работы в Рунете» (см. список рекомендуемой литературы)2. Исследовать понятие «SEO SEA3. Провести анализ этапов работы с клиентами в рамках построения стратегии цифрового маркетинга.4. Изучить понятийный аппарат в области цифрового	Ознакомление с нормативными документами. Изучение основной и дополнительной литературы по курсу Работа с электронными учебными ресурсами Изучение материалов периодической печати, интернет-ресурсов Составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы

	маркетинга5. Подготовить развернутый ответ на вопрос дискуссии об основных технологиях, приемах и правилах работы при выстраивании системы взаимоотношений с клиентами в цифровой среде	Подготовка к участию в дискуссии Подготовка к тестированию
Методология веб-анализа.	1. Настройка Power BI2. Работа со списками, записями и таблицами.3. Параметры и функции.4. Создание модели данных.5. Язык анализа данных DAX6. Управление контекстом7. Вычисление промежуточных и общих итогов, форматирование, функции аналитики времени.8. Дашборды.9. Отслеживание KPI.	Работа с электронными учебными ресурсами Составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы Подготовка тезисов сообщений к выступлению на семинаре Составление библиографии Подготовка к участию в дискуссии по проблематике докладов Подготовка к выполнению контрольной работы
Взаимосвязь интернет-маркетинга с веб-аналитикой.	1. Рассмотреть преимущества внедрения системы взаимоотношений с клиентами на различных интернет- платформах2. Изучить и подготовить комплекс материалов по формированию единой философии рыночного участия организации с учетом особенностей функционирования цифрового маркетинга (на примере российских и зарубежных компаний)3. Изучить и	Работа с учебниками и др. литературой Изучение законодательства РФ по теме Составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы Подготовка к участию в дискуссии Подготовка к решению ситуационных задач Подготовка и выполнение контрольной работы.

	подготовить комплекс материалов по формированию модели поведения покупателя и выбора оптимальной стратегии в интернете в зависимости от целей организации.4. Изучить и подготовить комплекс материалов по анализу примеров российских исследований поведения потребителей в Рунете в выбранной сфере деятельности.5. Характеристика контента и его создание и распространение.6. Подробное изучение современных принципов, особенностей, проблем информационной политики (см. список рекомендуемой литературы).	
Инструментарий веб-анализа.	1. Проанализировать основные положения по осуществлению контроля информационной безопасности (ИБ). Контроль ИБ: назначение, цель и задачи контроля.2. Проанализировать социальный CRM3. Подробно изучить показатели эффективности интернет-кампании: повышение узнаваемости бренда организации, вовлеченность	Составление библиографии и работа с учебниками и др. литературой Подготовка тезисов сообщений к выступлению на семинаре Работа с электронными учебными ресурсами Работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета Подготовка к выполнению контрольной работы

	потребителей коммуникацию организации.	В	
--	--	---	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерная тематика контрольных работ

1. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителя к сайту, анализ скроллинга
2. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро- и макро конверсий.
3. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa Gemius Audience Google Trends
4. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы.
5. Анализаторы логов: WebTrends, Webalizer, AWStats.
6. Счетчики - : Rambler's Top100, Liveinternet, [Рейтинг](#) @Mail.ru , HotLog.
7. Системы интернет-статистики с детализацией поведения посетителя по просмотрам страниц. Woopra.
8. Системы интернет-статистики с детализацией поведения посетителя на странице. SpyBOX
9. Диспетчер тегов. Google Tag Manager.
10. Системы интернет-статистики: Piwik

Дополнительная информация:

Подготовка к выполнению контрольной работы

Контрольная работа – вид самостоятельной практической и исследовательской работы студентов, с целью углубления и закрепления теоретических знаний. В процессе выполнения контрольной работы студенту предстоит выполнить следующие виды работ:

- составить план контрольной работы;
- отобрать источники, собрать информацию по научной проблеме;
- систематизировать и проанализировать собранную информацию по научной проблеме;
- представить результаты проведенного анализа с собственными выводами и предложениями.

Контрольная работа (КР) выполняется студентом под руководством преподавателя Факультета «Высшая школа управления». Объект КР студент выбирает самостоятельно. Объектом необходимо выбрать любую организацию, которая представляет собой игрока товарного рынка (или рынка услуг). Для каждого студента объект должен быть индивидуальным (объекты в одной группе совпадать не могут).

Контрольная работа в электронном виде сдается преподавателю не позднее двух недель до экзаменационной консультации.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. *Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.*

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

ПKN-10 Владение методами количественного и качественного анализа информации, а также навыками построения моделей, применяя для анализа, моделирования и поддержки принятия решений современные информационные технологии и программные средства, включая инструменты бизнес-аналитики, обработки и анализа данных

1) Использует методы получения информации, ее анализа для построения моделей и интерпретации результатов моделирования.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Сущность и основные элементы содержания понятия «веб-аналитика».

Уметь: Правильно анализировать базовые состояния и тенденции развития веб-сайтов.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Показатель *CTR* - отношение количества пользователей, которые кликнули на баннер, к общему числу пользователей, которым он был продемонстрирован, - рассчитывается по формуле

$$CTR = \text{Number of Click} / \text{AdImpressions},$$

где *Number of Click* - количество нажатий на рекламный баннер, *AdImpressions* - количество показов рекламы уникальным пользователям.

Пользователи загружали главную страницу сервера Mail.ru, с размещенным на ней баннером, 50 000 раз в день. Из них уникальными являлись 10 000 пользователей. Согласно показаниям счетчика, было отмечено 500 кликов на баннер и, соответственно, переходов на страницу рекламодателя.

Рассчитайте дневной *CTR* рекламной кампании в Интернете.

Задание 2

Персонификация начинается со сбора данных о пользователе, получаемых из различных источников. Данные можно разделить на два типа: фактические данные (кто такой пользователь) и данные о транзакциях (что пользователь делает). Представьте, что вы - маркетолог в компании, занимающейся электронной коммерцией. Необходимо поставить задачу IT-отделу для приобретения соответствующего программного обеспечения. составьте список статистических данных о посетителях сайта, которые будут вам нужны для описания профиля клиента.

Задание 3

На форумах потребителей появились негативные отклики о работе вашего предприятия. Предложите программу действий в интернете, минимизирующую репутационные потери компании.

2) Применяет приемы классификации и выбора подходящих измерительных шкал при описании организационных систем, происходящих в них процессов и явлений.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Задачи веб-аналитики

Уметь: Разрабатывать методологию исследования веб-сайтов, проводить исследования в конкретной предметной области.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Проанализируйте факторы экономической и социальной сферы в конкретном регионе России, определите возможные барьеры, препятствующие установлению оптимальных контактов с потенциальной аудиторией покупателей. С учетом полученных данных предложите инструменты интернет-коммуникаций для выхода на рынок выбранного региона.

Задание 2

Проанализируйте современные проблемы развития интернет-коммуникаций в России и в мире, которые особенно выявились в процессе глобализации рынка и широкомасштабной компьютеризации. Сделайте предложения по применению самых важных инструментов интернет-коммуникаций при создании рекламной и PR-кампании в продвижении товаров на рынок Рунета.

3) Использует навыки организации и проведения качественных и количественных исследований и анализа информации, подготовки

аналитических отчетов о состоянии и динамике развития рынков товаров и услуг.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Основные способы проведения веб-анализа.

Уметь: Использовать основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Просмотрите первую страницу поисковой системы «Яндекс». Проанализируйте рекламные возможности, которые представляет этот интернет-ресурс для рекламодателя.

Задание 2

Раскройте понятие интернет-маркетинга (электронного маркетинга) на современном этапе.

Задание 3

Мобильная реклама - это:

- А) баннер;
- Б) текст;
- В) текст + баннер.

УК-4 Способность использовать прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач

1) 1. Использует основные методы и средства получения, представления, хранения и обработки данных.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Способы и методы стратегического планирования и прогнозирования в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки

и анализа данных, интеллектуального оборудования и систем искусственного интеллекта.

Уметь: Принимать решения, осуществлять стратегическое планирование и прогнозирование в профессиональной деятельности с использованием современных методов и программного инструментария сбора, обработки и анализа данных.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Проанализируйте PR-акцию на видеохостинге на российском рынке известного бренда с учетом знания действующих федеральных законов и нормативных документов, необходимых для осуществления деятельности в сфере интернет-коммуникаций. Создайте пул предложений данному бренду по внедрению новых инструментов интернет-маркетинга для формирования положительного имиджа в рамках действующего законодательства.

Задание 2

На этапе удержания клиентов наиболее эффективный инструмент интернет-маркетинга - это:

- а) контекстная реклама;
- б) медийная реклама;
- в) e-mail маркетинг.

Задание 3

К результативным способам пополнения базы подписчиков не относятся:

- а) массовая спам-рассылка с предложением подписаться на новостной бюллетень;
- б) получение согласия на подписку при проведении какого-либо офлайн-мероприятия, например, выставки, конференции или семинара;
- в) подписка через социальные сети, блоги.

2) Демонстрирует владение профессиональными пакетами прикладных программ.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: способы работы с информационными материалами разного назначения.

Уметь: Составлять стратегии и планы интернет-маркетинга, оценивать их эффективность.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Необходимые условия для запуска контекстной рекламной кампании:

- А) определить запросы, по которым фирму будут видеть потенциальные читатели объявления;
- Б) составить тексты рекламных объявлений;
- В) разработать дизайн веб-страницы;
- Г) сделать предоплату по счету за рекламную кампанию.

Задание 2.

На интернет-аукционах используется вид ценообразования:

- А) нейтральное ценообразование;
- Б) «снятие сливок»;
- В) ценовой прорыв;
- Г) договорное.

3) Выбирает необходимое прикладное программное обеспечение в зависимости от решаемой задачи.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: современные тенденции развития Рунета.

Уметь: - реализовывать переменные комплекса цифровых маркетинговых инструментов с помощью информационного наполнения интернет-сайта; - составлять информационный контент интернет-сайта, удовлетворяющий стратегическим и тактическим маркетинговым целям.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Основные преимущества контекстной рекламы как основного инструмента продвижения:

- А) высокая стоимость контакта с потенциальным клиентом;
- Б) доступность;
- В) возможность ежемесячно планировать бюджет;
- Г) таргетинг.

Задание 2

Ценовые стратегии в Интернете во многом повторяют традиционные ценовые стратегии

- А) да;
- Б) нет.

4) Использует прикладное программное обеспечение для решения конкретных прикладных задач.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: понятийный аппарат в области цифрового маркетинга, в том числе знать научный тезаурус цифровой среды маркетинга на иностранном языке.

Уметь: Гибко использовать инструменты цифрового маркетинга на товарных рынках и рынке услуг.

Типовые контрольные задания

Задание 1

Использовать навыки работы с информационными материалами разного назначения для составления медиаплана работы в интернете, расчетов объемов интернет-рекламы, оценки его эффективности, адаптации международных нормативно-правовых актов и профессиональных стандартов для российских условий интернет-бизнеса.

Задание 2

Автоматическая письменная фиксация данных и автоматическая обработка онлайн-анкет заключается в том, что:

- А) вся беседа между исследователем и респондентом фиксируется в письменном виде;
- Б) полученная запись беседы сохраняется в виде текстового файла;
- В) полученная запись беседы используется при автоматической обработке и анализе данных;
- Г) все ответы верны.

Задание 3

Количество посещений веб-страницы пользователями называется:

- А) CTR ;
- Б) ХИТ;
- В) BTL;
- Г) хост.

Примеры практико-ориентированных заданий

Задача 1 . Расставьте действия, которые необходимо осуществить на фазе завершения проекта, в последовательности их выполнения, заполнив таблицу:

- а) документирование достижения;
- б) завершить выпуск откорректированного комплекта документов;

- в) составить инструкции по использованию результатов проекта, выпустить паспорта на технические объекты;
- г) переместить оборудование и материалы;
- д) расформировать команду проекта;
- е) протестировать результаты проекта;
- ж) передать заказчику по акту результаты проекта;
- з) обучить персонал заказчика работе с результатами проекта;
- и) суммировать основные проблемы, возникшие при реализации проекта;
- к) освободить производственные мощности;
- л) объявить об окончании проекта;
- м) написать отчеты по работе всех участников проекта.

Последовательность выполнения 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Номер

Действие

Задача 2. Рассчитайте показатели по методу освоенного объема, сделайте выводы о соблюдении сроков и бюджета проекта. В рамках проекта Х ОАО «Ветерок» планировало произвести 150 двигателей стоимостью 2000 млн руб. В результате было произведено 134 двигателя стоимостью 1865 млн руб.

Задача 3. Используя метод освоенного объема, определите, есть ли отставание (опережение) по срокам, экономия или перерасход средств. Необходимо установить 25 компьютеров в неделю. Затраты (стоимость) — 1000 руб. в день. По расписанию надо ставить пять компьютеров. Поэтому затраты на установку одного компьютера — 200 руб. За первый день установили пять компьютеров и потратили

1000 руб. За второй день установили три компьютера, так как отвлекались на обучение стажера. Потратили за день все те же 1000 руб. На третий день решили работать командой и установили семь компьютеров, но потратили 1500 руб. в день.

Примерные вопросы для подготовки к Зачету

1. Информационная сеть ARPANET - причины появления и функции сети.
2. Развитие протоколов TCP/IP, IRC. Появление DNS.
3. Протокол HTTP, FTP и язык HTML.
4. Развитие World Wide Web.
5. Появление мессенджеров и социальных сетей.
6. Современное состояние и тенденции развития Информационно-коммуникационной сети Интернет.
7. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели.
8. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика.
9. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга.
10. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий.
11. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).
12. Инструментарий веб-анализа
13. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы.
14. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Woopra. 15. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице. SpyBOX.
16. Диспетчер тегов. Google Tag Manager.

17. Системы интернет-статистики: Piwik, Яндекс.Метрика.

18. Системы интернет-статистики: Google Analytics.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изменениями и дополнениями).
2. Федеральный закон от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации» (с изменениями и дополнениями).
3. Закон РФ от 21.07.1993 № 5485- I
4. Федеральный закон от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ (ред. От 24.07.2007) «О коммерческой тайне» (с изменениями и дополнениями).
5. Федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).

Основная литература:

1. Жильцова , Ольга Николаевна Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. 2-е изд. , пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 335 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/560243> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560243> ISBN 978-5-534-15098-8 : 1669.00

Дополнительная литература:

1. Синяева , Инга Михайловна Маркетинг : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. 3-е изд. , пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 487 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/559758> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/559758> ISBN 978-5-534-16789-4 : 2319.00

2. Логистика: теория и практика : Учебник / Г.П. Быкова, Ф.Д. Венде, О.Н. Ларин [и др.]; под. ред. Ф.Д. Венде, Д.В. Швандар Электрон. дан. Москва : КноРус , 2024 240 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/955158> ISBN 978-5-406-13455-9

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/> (<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>
4. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН" <http://biblioclub.ru/>
5. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Паблишер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>
6. Образовательная платформа "ЮРАЙТ" <https://urait.ru/>
7. •Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
8. •Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
9. •Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
10. •Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>
11. Электронная библиотека издательства «МИФ» («Манн, Иванов и Фербер») <https://fa.miflib.ru/auth/#/registration>
12. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по изучению дисциплины

Студентам необходимо ознакомиться:

- с содержанием рабочей программы дисциплины (далее – РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, имеющимися на образовательном портале и сайте департамента, с графиком консультаций преподавателей.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям

(теоретический курс)

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания департамента.

Студентам рекомендуется:

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;
- на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных или электронных носителях, представленный лектором на портале. Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;
- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам, если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях. Не оставляйте «белых пятен» в освоении материала.

Рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям

Студентам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;
- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, но и другую учебную литературу;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении, при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- в ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;
- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы;
- использовать при подготовке нормативные документы Финансового университета;

- при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

Методические рекомендации по работе с литературой

Любая форма самостоятельной работы студента (подготовка к семинарскому занятию, выполнение расчетно-аналитической работы, начинается с изучения соответствующей литературы как в библиотеке, так и дома.

К каждой теме учебной дисциплины подобрана основная и дополнительная литература.

При работе с литературой рекомендуется делать записи. Записи в той или иной форме не только способствуют пониманию и усвоению изучаемого материала, но и помогают вырабатывать навыки явного изложения в письменной форме тех или иных теоретических вопросов.

Методические указания по проведению практических занятий

По структуре практические занятия следует разделить на учебные и контрольные.

Учебные практические занятия структурно состоят из следующих компонент:

- проверка наличия выполненного задания самостоятельной работы каждого студента;
- выборочная проверка корректности выполнения домашнего задания;
- разбор типичных ошибок, возникших в самостоятельной работе;
- рассмотрение теоретических вопросов, связанных с текущим практическим занятием;
- разбор методов выполнения практических заданий и решения задач;
- корректировка заданий для самостоятельной работы студентов.

Контрольные практические занятия структурно состоят из следующих компонент:

- проведение аудиторных самостоятельных работ;
- подведение итогов и разбор типичных ошибок, возникших при выполнении самостоятельных работ.

Студенты должны обратить внимание на перечень основных контрольных мероприятий, которые проводятся в соответствии с рабочей программой дисциплины.

Конкретные сроки проведения этих мероприятий своевременно доводятся до сведения студентов.

Студентам инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья с различными нозологиями рекомендуется активно взаимодействовать с факультетом и кафедрой для своевременного получения информации о расписании, изменениях в программе и доступных ресурсах. При необходимости студенты с ОВЗ могут запросить индивидуальное расписание, учитывающее особенности их здоровья.

1) Для студентов с нарушениями зрения

Используйте специализированное программное обеспечение (синтезаторы речи, брайлевские дисплеи) и технические средства (лупы, электронные увеличители). При возникновении трудностей обращайтесь к преподавателю.

2) Для студентов с нарушениями слуха

Устные задания могут быть заменены письменными работами по согласованию с преподавателем.

3) Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата

Для выполнения заданий разрешено использование голосового ввода, адаптированных клавиатур или помощи ассистента.

4) Для студентов с расстройствами аутистического спектра (РАС)

Заранее знакомьтесь с планами занятий в РПД, чтобы снизить тревожность. Выбирайте места с минимальным внешним воздействием (например, вдали от окон). Для коммуникации с

преподавателями предпочтительна письменная форма (электронная почта).

5) Для студентов с тяжелыми нарушениями речи (ТНР)

Устные ответы могут быть заменены письменными или электронными формами. Используйте визуальные подсказки (таблицы, схемы) для структурирования информации. При затруднениях в общении запрашивайте помощь преподавателя.

Взаимодействие с преподавателем

Своевременно информируйте преподавателей о своих потребностях: необходимости дополнительного времени на выполнение заданий, особых формах контроля или технических средствах. Используйте электронную почту для уточнения сложных тем. Для студентов с РАС рекомендуется заранее согласовывать формат обратной связи (письменные комментарии вместо устных).

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация (ТКУ и ПА)

- Условия проведения ТКУ и ПА адаптируются под индивидуальные особенности:
- Замена устных ответов письменными работами (для студентов с нарушениями слуха/речи).
- Индивидуальные задания (проекты, портфолио) вместо стандартных тестов (для студентов с РАС).
- Перед ТКУ и ПА уточняйте порядок проведения и доступные форматы заданий.

Используйте следующие электронные ресурсы для обучения -

ЭБС Znanium.com:

- адаптивная версия сайта для слабовидящих.

ЭБС "ЮРАЙТ"

- адаптивный сайт для слабовидящих;
- изменение шрифта;

- мобильное приложение с офлайн-чтением.

ЭБС «Университетская библиотека online»:

- увеличение масштаба, полноэкранный режим;
- озвучка текста через программы (Jaws, Balabolka);
- PDF с подтекстовым слоем для тифлопрограмм;
- медиатека с 3000 аудиокниг, включая учебники в формате Daisy (гибкая навигация);
- аудиоверсии учебников от издательства «Директ-Медиа».

ЭБС BOOK.RU:

- адаптивная версия сайта для слабовидящих.

ЭБС "Лань":

- увеличение масштаба;
- мобильное приложение со встроенным синтезатором речи;
- тысячи книг, адаптированных для прослушивания;
- бесплатный доступ к классической литературе.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

- Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows
2. Kaspersky

- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»

- Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

2. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)