



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

Кафедра бизнес-информатики

Факультет информационных технологий и анализа больших данных

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью.

Организация: «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сертификат: UvKRT09YvqiPvp/dDfcLdjVaQgLdUW35

Утверждено: Проректор по учебной и методической работе, Е.А. Каменева

Дата: 08.10.2025 г.

Х.Х. Кучмезов

Веб аналитика

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.06 - Торговое дело,

Образовательная программа «Электронная коммерция»

Рекомендовано

Факультет информационных технологий и анализа больших данных

(протокол № 06 от 17.03.2026 г.)

Одобрено

Кафедра бизнес-информатики

(протокол № 5 от 03.03.2026 г.)



Содержание

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	6
5.1. Содержание дисциплины	6
5.2. Учебно – тематический план	9
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	10
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	12
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	15
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	16
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	15
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	15
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	27
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	29
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	29



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	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Использует современные информационные технологии для сбора, обработки и визуализации информации, связанной с профессиональной деятельностью.	Знать: Основные виды современных информационных технологий, применяемых в профессиональной сфере, их функциональные возможности и ограничения, а также основные методы и алгоритмы анализа данных.. Уметь: Находить и извлекать релевантные данные из различных источников, включая открытые базы данных, веб-ресурсы, и применять статистические и аналитические методы для выявления закономерностей, трендов и аномалий в данных.
		Применяет современные информационные технологии для анализа информации из различных источников и решения поставленных профессиональных задач.	Знать: Современные информационные технологии и методы анализа данных, а также применять соответствующие инструменты для сбора, обработки, визуализации и интерпретации информации из различных источников в целях решения профессиональных задач. Уметь: Собирать, обрабатывать, анализировать данные из разнородных источников, интерпретировать результаты и представлять их в виде визуализаций и рекомендаций для решения профессиональных задач.



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Обладает навыками подбора информационно-коммуникационных технологий, баз данных, пакетов прикладных программ для решения профессиональных задач	Знать: Виды и назначение информационно коммуникационных технологий, облачные сервисы и ВІ инструменты, а также уметь анализировать бизнес задачу, подбирать оптимальные ИТ решения для автоматизации и оптимизации рабочих процессов Уметь: Проводить комплексный анализ профессиональной задачи, подбирать оптимальные ИТ-решения на основе критериев эффективности, стоимости и масштабируемости, внедрять выбранные технологии и оценивать результаты их применения.
		Решает стандартные профессиональные задачи на основе информационной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.	Знать: Методы эффективного поиска и верификации информации из различных источников, а также функционал основных информационно коммуникационных технологий, применяемых при решении стандартных профессиональных задач. Уметь: Применять информационно-коммуникационные технологии для сбора, обработки, анализа и представления итогов в форме отчётов и дашбордов для решения стандартных профессиональных задач.



3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Веб аналитика» относится к «Циклу математики и информатики».

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 6 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа – Аудиторные занятия	34	34
<i>Лекции</i>	<i>16</i>	<i>16</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>18</i>	<i>18</i>
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>74</i>	<i>74</i>
Вид текущего контроля	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание
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.Методология веб-анализа.

Понятие, цели, задачи и методы веб-аналитики. Инструменты для сбора статистики: счетчики JavaScript, лог-анализаторы.

История развития веб-аналитики. Традиционная веб-аналитика и веб-аналитика 2.0.

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.

Интернет как торговая среда рынка e-commerce (электронной коммерции). Виды и структура веб сайтов. Организация интернет-маркетинга. Маркетинговые и ценовые стратегии в сети интернет. Методы продвижения продукции в интернет.

Мобильная аналитика (AppAnnie, AppMetrica, AppsFlyer, Amplitude). Аналитика больших данных (SQL, Google bigquery, Clickhouse). Возможности BI-систем при анализе данных онлайн исследований. Особенности технологических платформ BI (Yandex DataLens, Visiology, Loginom). Разработка сценариев ABC, XYZ, ABC-XYZ, RFF, когортного анализа.

Стратегическая и сквозная веб-аналитика. Три принципа веб-аналитики. Парадигма Trinity.

Основные понятия и принципы веб технологий. Интернет как среда взаимодействия. Основные интернет-протоколы. Система доменных имен DNS. Структура и принципы организации WWW. HTML как язык разметки, его назначение, основы синтаксиса, содержимое. CSS (Cascading Style Sheets) - каскадные таблицы стилей. Принципы разделения контента оформления веб документа

Тема 2. Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и digital-стратегии

Российский рынок Digital рекламы и роль веб-аналитики. Форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения, не вошедшие в Digital. Сравнительная характеристика перформанс-маркетинга (Performance-based marketing) и



веб аналитики. Понятие аудитории и интернет-исследования. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро- и макроконверсий. Бенчмаркинг.

Аудит веб-сайта: понятие и функционал. SEO (Search Engine Optimization) - процесс улучшения веб-сайта для повышения его видимости в поисковых системах. SEO аудит веб-сайта как всесторонний анализ сайта для оценки его текущей производительности и выявления областей для улучшения.

Сервис оценки результатов индексации сайта, диагностики ошибок и отслеживания полной статистики поисковых запросов Яндекс.Вебмастер.

Общие метрики воронки продаж и коммуникаций. Создание воронки продаж в Яндекс Метрике. Методология определения конкурентов и анализ конкурентов

Тема 3. Использование инструмента аналитики веб-сайтов Яндекс. Метрика

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.

Аудит веб-сайта: понятие и функционал. SEO (Search Engine Optimization) - процесс улучшения веб-сайта для повышения его видимости в поисковых системах.

Сервис веб аналитики Яндекс.Метрика. Аналитика на основе интерфейсов Яндекс.Директ. Этапы работы с Яндекс.Метрика. Настройка целей и сегментов. Форматы отчетов: по источникам трафика, по аудитории пользователей, по контенту сайта, по используемым веб-технологиям. Метки UTM, From и параметры URL. Оценка эффективности маркетинговых каналов и оптимизация расходов. Портрет пользователя веб-сайта. Оценка поведения пользователей веб-сайта, карты метрики. Технология Вебвизор. Инструменты блока «Карты»: карта ссылок, карта кликов, карта скроллинга, аналитика форм.

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).

Продвинутые возможности сервиса «Яндекс Метрика»: создание и использование пользовательских параметров и показателей, вычисляемые показатели, работы с сегментами и интеграции с другими системами. Системы отслеживания звонков: коллтрекинг (calltracking) статический и динамический, погрешности систем отслеживания звонков.



Тема 4. Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.

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. Построение воронки привлечения и продаж для выполнения KPI. Медиапланирование и прогнозирование результата. Анализ эффективности рекламы Использование UTM-метки в Яндекс Метрике. BI-системы как способ визуализации данных онлайн-исследований: определение, принцип действия.

Оценка эффективности маркетинговых каналов и оптимизация расходов. Портрет пользователя веб-сайта. Оценка поведения пользователей веб-сайта, карты метрики.



5.2. Учебно – тематический план

Очная форма обучения

п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Сущность веб-аналитики.Методология веб-анализа.	22	4	2	2	18
2	Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и digital-стратегии	29	9	4	5	20
3	Использование инструмента аналитики веб-сайтов Яндекс. Метрика	37	15	7	8	22
4	Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.	20	6	3	3	14
В целом по дисциплине		108	34	16	18	74



5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Сущность веб-аналитики. Методология веб-анализа.	Основные понятия и принципы веб технологий. Веб аналитика в интернет-маркетинге. Цели и задачи веб-аналитики. Профессия "Веб-аналитик": Навыки и знания. Место веб-аналитики в бизнес-процессе компании. Схема этапов веб-анализа. Три уровня веб-аналитики. Терминология, применяемая в веб-аналитике. Data-Driven подход и сбор данных.	Дискуссия, разбор кейсов, выполнение и защита практических заданий.
Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и digital-стратегии	Функциональные и технологические возможности систем управления контентом. Методология определения конкурентов и анализ конкурентов. Понятие аудитории и интернет-исследования. Российский рынок Digital рекламы и роль веб-аналитики. Форматы интерактивной рекламы и форматы интернет-продвижения. Бриф, анализ целевой аудитории и сегментация клиентов. Веб аналитика в интернет маркетинге. Мультиканальность и сквозная аналитика: ROPO, desktop-mobile, CRM-аналитика. Введение в RFM-анализ и когортный анализ.	Дискуссия, разбор кейсов, выполнение и защита практических заданий.
Использование инструмента аналитики веб-сайтов Яндекс. Метрика	Инструменты сбора статистики: счетчики и логанализаторы. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга. Характеристика и возможности	Дискуссия, разбор кейсов, выполнение и защита практических заданий.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
	системы веб-анализа Яндекс.Метрика. Способы установки счетчика на сайт и проверки его работоспособности. Цели в Яндекс.Метрике и способы их проверки. Основные отчеты. Преимущества и ограничения Яндекс.Метрики. Инструменты блока «Карты»: карта ссылок, карта кликов, карта скроллинга, аналитика форм. Визуализация данных из сервиса «Яндекс Метрика» с помощью облачной BI-платформы для визуализации и анализа данных «Яндекс DataLens».	
Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.	Методы и показатели оценки эффективности систем электронной коммерции (экономические, организационные, коммуникативные). Анализ потока кликов, поиск тенденций в анализе источников. Инструменты Яндекс.Метрики для качественной оценки взаимодействия пользователя с сайтом. Построение воронки привлечения и продаж для выполнения KPI. Медиапланирование и прогнозирование результата. Анализ паттернов поведения пользователей в web и mobile. Анализ поведения пользователя: UX-анализ в Яндекс.Метрике. Инсайты, проведение UX-тестирования при помощи интервью и опросов. Анализ эффективности SEO-продвижения, контекстной рекламы, email-маркетинга, трафика соцсетей.	Дискуссия, разбор кейсов, выполнение и защита практических заданий.



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.Методология веб-анализа.	Каналы интернет-распределения товаров (услуг). Виды интернет-рекламы. Технологии и возможности. Этапы проведения рекламной интернет-кампании. Виды данных для Web-аналитики и их источники. Извлечение и предобработка данных в системах Web-аналитики. Анализ данных в системах Web-аналитики. Интернет как торговая среда рынка электронной коммерции. Организация интернет маркетинга. Основные инструменты WEB-статистики и WEB-аналитики. Основные медийные показатели. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика.	Изучение методических материалов по теме в электронном виде и рекомендуемых разделов основной литературы и дополнительной литературы, интернет-источников. Подготовка к практическим занятиям. Выполнение самостоятельных заданий.
Взаимосвязь веб-аналитики, Интернет-маркетинга и digital-стратегии	В чем особенности поисковой оптимизации? Интернет как торговая среда рынка электронной коммерции. Организация интернет-маркетинга. Основные интернет-протоколы, Принципы разделения контента оформления веб документа. Данные о пользовательском поведении на сайте (Яндекс.Метрика). А/В-тестирование сайтов как вид онлайн-исследования: особенности проведения, инструменты для осуществления. Отслеживание событий на сайте посредством Яндекс Тег Менеджер: типы	Изучение методических материалов по теме в электронном виде и рекомендуемых разделов основной литературы и дополнительной литературы, интернет-источников. Подготовка к практическим занятиям. Выполнение самостоятельных заданий.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
	событий, процедура отслеживания. Принципы разделения контента оформления веб документа.	
Использование инструмента аналитики веб-сайтов Яндекс. Метрика	Исследование возможностей системы Яндекс.Метрика. Характеристика и возможности системы веб-анализа Яндекс.Метрика. Цели в Яндекс.Метрике и способы их проверки. Сводка Яндекс.Метрики и процесс ее создания. Способы установки счетчика на сайт и проверки его работоспособности. Характеристика отчетов разделов: источники, аудитория, содержание, технологии, мониторинг. Особенности работы сервисов: Яндекс.Директ, Яндекс.Вебмастер.	Изучение методических материалов по теме в электронном виде и рекомендуемых разделов основной литературы и дополнительной литературы, интернет- источников. Подготовка к практическим занятиям. Выполнение самостоятельных заданий.
Анализ эффективности платных и бесплатных источников трафика.	Основные инструменты WEB-статистики и WEB- аналитики. Методы оценки эффективности рекламной и PR-активности в сети Интернет. Основные медийные показатели. Приведите примеры сервисов, позволяющих оценить эффективность работы сайта? Оценка эффективности Интернет-активности организации.	Изучение методических материалов по теме в электронном виде и рекомендуемых разделов основной литературы и дополнительной литературы, интернет- источников. Подготовка к практическим занятиям. Выполнение самостоятельных заданий.



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

Примерная тематика и содержание домашнего творческого задания

ДТЗ представляет собой работу исследовательского характера. Целью является подготовка студента к деятельности научного, практического, методологического характера.

Тема: Для компании, которая специализируется на продаже товаров, оплата услуг, бронирование, банкинг и прочие транзакции в сети необходимо: определить стандартные показатели, которые характеризуют поведение посетителя на ресурсе: глубина просмотра, показатель отказов, проведённое на сайте время и т.д. И важно выяснить, откуда пришли клиенты, иметь возможность сопоставить каждый заказ, оформленный в интернет-магазине, с рекламным каналом, по которому пришёл посетитель, совершивший покупку. Также необходимо вычислить суммарный доход, принесённый каждым источником трафика, и оптимизировать рекламные затраты. Определить алгоритм работы рекомендательной системы на основе веб-аналитики и клиентского поведения на объекте исследования. Раскройте сущность количественных и неколичественных методов рыночного прогнозирования. В чем заключаются преимущества и недостатки данных методов, и в каких ситуациях целесообразно их применять?

В начале семестра студенты самостоятельно выбирают из представленного списка конкретную компанию (в качестве объекта исследования может выступать отечественный ритейлер или маркетплейс). По желанию студент может самостоятельно предложить собственный объект исследования в контуре. Окончательная тема исследования согласовывается со студентом и утверждается преподавателем.

маркетплейс Озон;

маркетплейс СберМегаМаркет;

маркетплейс Lamoda;

гипермаркет Перекрёсток;

гипермаркет «ВкусВилл»;

магазины электроники М.Видео

телекоммуникационная компания МТС

другие.

Структура ДТЗ должна включать в себя: - титульный лист; - введение (актуальность темы исследования, цели и задачи работы); - основная часть (аналитический отчет с детализацией полученных результатов и их визуализация); - заключение с выводами и предложения; - список использованных источников.



Суммарно объем ДТЗ составляет приблизительно 12-14 страниц (шрифт Times Roman 14, межстрочный интервал 1,5).

ДТЗ представляется в виде готового отчета в виде текстового файла в формате docx. Форма предъявления: - направление файла с корпоративного email студента *@edu.fa.ru на корпоративный email преподавателя *@fa.ru ; - или, в случае существования ЭУК дисциплины, загрузка файла на ресурс campus.fa.ru. Срок предъявления ДТЗ устанавливается преподавателем как конкретная дата в семестре, до наступления зачетно-экзаменационной сессии.

Дополнительная информация

Примерная тематика дискуссий

1. Понятие, цели, задачи веб-аналитики. История развития веб-аналитики.
2. Современная классификация систем интернет-аналитики. Примеры систем.
3. Web-аналитика как часть интернет-маркетинга: цели и задачи веб-аналитики.
4. Процессы измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о посетителях веб-сайтов.
5. Алгоритм анализа эффективности веб-сайта. Примеры использования.
6. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели.
7. Технический анализ сайта (по устройствам, браузерам, скорости загрузки).
8. Анализ поведения пользователей на сайте (контент сайта, поиск по сайту, карта поведения).
9. Организация интернет-маркетинга. Маркетинговые и ценовые стратегии в сети интернет. Примеры из бизнес-практики.
10. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы.
11. Методы продвижения продукции в интернет. Примеры из бизнес-практики.
12. Основные этапы работы с Яндекс.Метрика: цели и сегменты, оценка эффективности маркетинговых каналов, портрет пользователя веб-сайта, используемые метрики.
13. Сервис веб аналитики Яндекс.Метрика.
14. Аналитика на основе интерфейсов Яндекс.Директ.
15. Сервис оценки результатов индексации сайта, диагностики ошибок и отслеживания полной статистики поисковых запросов Яндекс.Вебмастер.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Кафедры бизнес-информатики.



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

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Использует современные информационные технологии для сбора, обработки и визуализации информации, связанной с профессиональной деятельностью.	Знать: Основные виды современных информационных технологий, применяемых в профессиональной сфере, их функциональные возможности и ограничения, а также основные методы и алгоритмы анализа данных.. Уметь: Находить и	Задание 1 Для крупной розничной сети, которая управляет 50 магазинами в разных регионах страны, необходимо разработать стратегию по росту выручки на 15 % в течение следующего года за счёт оптимизации рекламных бюджетов и повышения конверсии трафика в продажи на основе анализа данных о поведении покупателей и эффективности маркетинговых кампаний. Задание 2 Для крупной розничной сети магазинами, необходимо выполнить комплексный анализ бизнес-показателей о продажах, трафике и рекламных кампаниях с целью выявления ключевых факторов роста выручки и формирования, обоснованных бизнес-рекомендаций.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		извлекать релевантные данные из различных источников, включая открытые базы данных, веб-ресурсы, и применять статистические и аналитические методы для выявления закономерностей, трендов и аномалий в данных.	
	Применяет современные информационные технологии для анализа информации из различных источников и решения поставленных профессиональных задач.	Знать: Современные информационные технологии и методы анализа данных, а также применять соответствующие инструменты для сбора, обработки, визуализации и интерпрета-	Задание 1 С помощью современных ИТ-инструментов (Yandex DataLens, Visiologi) собрать, обработать и визуализировать данные из разнородных источников (CRM, веб-аналитика, API соцсетей), выполнить корреляционный и кластерный анализ, построить прогноз выручки и сформулировать рекомендации по перераспределению маркетингового бюджета. Задание 2



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		ции информации из различных источников в целях решения профессиональных задач. Уметь: Собирать, обрабатывать, анализировать данные из различных источников, интерпретировать результаты и представлять их в виде визуализаций и рекомендаций для решения профессиональных задач.	Используя инструменты бизнес-аналитики, собрать и обработать данные о продажах и рекламных кампаниях, провести сравнительный и корреляционный анализ эффективности каналов привлечения, визуализировать ключевые показатели в интерактивном дашборде и на этой основе разработать стратегию перераспределения маркетингового бюджета для максимизации выручки.
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных	Обладает навыками подбора информационно-коммуникационных технологий, баз данных, пакетов	Знать: Виды и назначение информационно коммуникационных технологий, облачные сервисы и	Задание 1 Представьте, что вы консультант по цифровому маркетингу. Клиент — интернет-магазин, который хочет увеличить продажи и снизить стоимость привлечения клиента. Используя Яндекс.Метрику, Яндекс.Директ и Яндекс.Вебмастер, выполните следующие шаги:



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	прикладных программ для решения профессиональных задач	ВІ инструменты, а также уметь анализировать бизнес задачу, подбирать оптимальные ИТ решения для автоматизации и оптимизации рабочих процессов Уметь: Проводить комплексный анализ профессиональной задачи, подбирать оптимальные ИТ-решения на основе критериев эффективности, стоимости и масштабируемости, внедрять выбранные технологии и оценивать результаты их применения.	1. Для каждого сервиса опишите 3–5 ключевых инструментов, которые помогут решить задачу клиента. 2. Приведите конкретный сценарий применения: например, как с помощью Вебвизора (Яндекс.Метрика) выявить проблемы с юзабилити, как скорректировать ставки в Яндекс.Директе на основе данных о конверсиях, как исправить ошибки индексации через Яндекс.Вебмастер. 3. Покажите, как данные из этих трёх инструментов можно объединить для комплексной оптимизации: например, связать данные о кликах из Директа с поведенческими метриками из Метрики и техническими ошибками из Вебмастера. Оформите результат в виде краткого отчёта (1–2 страницы) с разделами по каждому инструменту и итоговыми рекомендациями. Задание 2 Проведите сравнительный анализ платформ веб-аналитики. Выполните: 1. Краткий обзор 2–3 решений (обязательно включите Яндекс.Метрику): для каждого укажите: тип данных, которые собирает инструмент; основные отчёты; целевую аудиторию. 2. Детальный разбор Яндекс.Метрики: составьте список из 5 достоинств (например, бесплатный доступ, Вебвизор, интеграция с Яндекс.Директом); выявите 3 недостатка (например, ограниченный набор метрик по сравнению с конкурентами, зависимость от экосистемы Яндекса).



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
			3. Рекомендации: определите 2–3 типа проектов/бизнесов, для которых Яндекс.Метрика будет оптимальным выбором; предложите альтернативу для случаев, когда Яндекс.Метрика не подходит (и кратко обоснуйте выбор). 4. Оформите результаты в виде таблицы и краткого аналитического отчёта (до 4 страниц).
	Решает стандартные профессиональные задачи на основе информационной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.	Знать: Методы эффективного поиска и верификации информации из различных источников, а также функционал основных информационно-коммуникационных технологий, применяемых при решении стандартных профессиональных задач. Уметь: Применять информационно-коммуникационные технологии для сбора,	Задание 1 Проанализируйте первую страницу поисковой системы «Яндекс» по 3–5 тематически разным запросам с позиции веб-аналитика: зафиксируйте и классифицируйте рекламные форматы, оцените их видимость и вовлечённость, соберите данные о количестве объявлений в топе и их расположении относительно органической выдачи, а затем представьте результаты в виде таблицы с колонками: типы рекламы, кол-во объявлений, позиция (топ/середина). Подготовьте краткий аналитический вывод (2–3 предложения) о наиболее эффективных рекламных форматах для повышения видимости и конверсии, а также о потенциальных точках роста для оптимизации рекламных кампаний в «Яндекс.Директе». Задание 2 Проанализируйте эффективность маркетинговых каналов привлечения трафика (за последние 30–90 дней) на сайт с использованием Яндекс.Метрики и сформулируйте рекомендации по оптимизации рекламных вложений. Для этого необходимо: Подключится и произвести первичную проверку счётчика, затем, осуществить анализ источников



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		обработки, анализа и представления итогов в форме отчётов и дашбордов для решения стандартных профессиональных задач.	трафика. Осуществить оценку конверсионности и глубинный анализ лучших каналов. На основе данного анализа предположите причины низкой эффективности (неправильная настройка рекламы, слабый лендинг, неверный таргетинг).



Примеры практико-ориентированных заданий

Для крупной торговой сети, проведите исследования по определению эффективности использования интернет-магазина в качестве одного из каналов по продвижению товаров и услуг. Для этого воспользуйтесь инструментам Яндекс.Метрика и выполните следующее:

1. Определить Стандартные показатели, которые характеризуют поведение посетителя на ресурсе: глубина просмотра, показатель отказов, проведённое на сайте время и прочее

2. Выработайте понимание, что стандартные показатели не могут обеспечить полного анализа эффективности рекламных кампаний для интернет-магазинов. И важно выяснить, откуда пришли клиенты, иметь возможность сопоставить каждый заказ, оформленный в интернет-магазине, с рекламным каналом, по которому пришёл посетитель, совершивший покупку. Только так возможно вычислить суммарный доход, принесённый каждым источником трафика, и оптимизировать рекламные затраты. Имея эти данные, возможно также рассчитать другие полезные показатели, в том числе скорректировать ассортиментную политику, географию доставки и юзабилити интернет-магазина.

3. Изучить инструменты мониторинга Яндекс.Метрика для решения проблемы отслеживания коммерции в интернете.

Примеры вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

1. Сущность веб-аналитики. Сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитики

2. История развития и становления веб-аналитики

3. Что является главным источником информации о поведении посетителя на сайте, на котором установлена «пассивная» статистика?

4. Перечислите и охарактеризуйте этапы сбора статистики лог-файлами.

5. Какую информацию об аудитории сайта можно получить из лог-файла?

6. Приведите примеры и опишите выходные данные специальных программ анализаторов логов-файлов?

7. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.

8. На чем была построена традиционная веб-аналитика?

9. В чем состоит отличие веб-аналитики 2.0 от традиционной аналитики?

10. Какие инструменты позволяют проводить качественный анализ поведения?

11. В чем заключаются методы веб-аналитики 2.0?

12. Перечислите и дайте характеристику стадии профессионального роста веб аналитика.



13. Перечислите основные методы веб-анализа.
14. Перечислите этапы, входящие в схему веб-анализа?
15. Для чего используются метки в веб-аналитике? Перечислите обязательные параметры UTM-метки.
16. Технический анализ сайта (по устройствам, браузерам, скорости загрузки)
17. Какие показатели играют немаловажную роль в веб-аналитике?
18. Что такое «метрики»? Какие метрики вам известны?
19. Перечислите базовые метрики веб-аналитики?
20. Какие возможности и перспективы открывает на практике применение веб-аналитики?
21. Какие показатели можно увеличить благодаря результатам анализа статистики
22. Анализ эффективности рекламных кампаний.
23. С помощью каких инструментов могут собираться статистики посещаемости сайта в сервисах веб-аналитики
24. SEO (Search Engine Optimization) аудит веб-сайта: понятие и функционал. Инструменты для SEO аудита.
25. Опишите цель расчета аффинити-индекса и варианты его расчета.
26. Чем определяется количество коэффициентов конверсии в воронке продаж компании и какие они могут быть?
27. Опишите ключевые KPI для разных уровней воронки продаж
28. Какие две модели данных в сервисах веб-аналитики существуют на настоящее время и почему?
29. Какие основные выводы можно сделать, проанализировав выбранный сайт с помощью системы Яндекс.Метрика?
30. Аналитика на основе интерфейсов Яндекс.Директ.



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

Основная литература:

1. Жильцова, Д. А. Цифровые инструменты маркетинга [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров и магистров / Жильцова Д. А. Москва : Центркаталог, 2023 230 с. Книга из коллекции Центркаталог - Экономика и менеджмент <https://e.lanbook.com/book/278900> ISBN 978-5-903268-71-9. [БИК ID: RU-LAN-BOOK-278900]
2. Толмачев, М.Н. Бизнес-аналитика: Статистическая обработка данных : Учебное пособие / М.Н. Толмачев, Э.Ю. Чурилова Электрон. дан. Москва : КноРус, 2024 283 с. Режим доступа: [book.ru Internet access https://book.ru/book/955151](https://book.ru/book/955151) ISBN 978-5-406-13350-7. [БИК ID: RU\bookru\bibl\955151]
3. Полуэктова, Наталия Робертовна Разработка веб-приложений : учебник для вузов / Н. Р. Полуэктова. 2-е изд. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2026 204 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/588458> (дата обращения: 27.02.2026). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/588458> ISBN 978-5-534-18645-1 : 949.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f588458]

Дополнительная литература:

1. Кметь, Е. Б. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для вузов / Кметь Е. Б., Юрченко Н. А. ; Юрченко Н. А. Санкт-Петербург : Лань, 2023 128 с. Книга из коллекции Лань - Деловая литература <https://e.lanbook.com/book/345998> ISBN 978-5-507-46792-1. [БИК ID: RU-LAN-BOOK-345998]
2. Полуэктова, Наталия Робертовна Разработка веб-приложений : учебник для вузов / Н. Р. Полуэктова. 2-е изд. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2026 204 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/588458> (дата обращения: 27.02.2026). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/588458> ISBN 978-5-534-18645-1 : 949.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f588458]
3. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет Ростов-на-Дону, Таганрог : Южный федеральный университет, 2020 163 с. : ил. Библиогр. в кн Режим доступа: электронная библиотечная система



«Университетская библиотека ONLINE», требуется авторизация
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669> ISBN 978-5-9275-3437-1.
[БИК ID: RU\FA\BIBLIOCLUB\28763]

4. Хуссейн, Инга Джумшудовна Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. Электрон. дан. Москва : Юрайт, 2026 68 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/589006> (дата обращения: 27.02.2026). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/589006> ISBN 978-5-534-15010-0 : 369.00. [БИК ID: RU2fURAIT2f589006]
5. Шадрин, В. Г. Цифровой маркетинг [Электронный ресурс] / Шадрин В. Г., Лапиков А. В., Лысенко Е. А., Завьялова Е. А. Кемерово : КемГУ, 2024 145 с. Книга из коллекции КемГУ - Экономика и менеджмент <https://e.lanbook.com/book/451802> ISBN 978-5-8353-3156-7. [БИК ID: RU-LAN-BOOK-451802]
6. Замотайлова, Д. А. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж [Электронный ресурс] : учебное пособие / Замотайлова Д. А., Попова Е. В., Попок Л. Е., Раневская В. С. 2-е изд., исправ. и доп. Краснодар : КубГАУ, 2020 122 с. Книга из коллекции КубГАУ - Информатика <https://e.lanbook.com/book/254300> ISBN 978-5-907402-61-4. [БИК ID: RU-LAN-BOOK-254300]

Нормативные 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-I «О средствах массовой информации» (с изменениями и дополнениями).
3. Закон РФ от 21.07.1993 N 5485-1 «О государственной тайне» (с изменениями и дополнениями).
4. Федеральный закон от 29.07.2004 N 98-ФЗ (ред. от 24.07.2007) «О коммерческой тайне» (с изменениями и дополнениями).
5. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (с изменениями и дополнениями).
6. Федеральный закон от 27.07. N 152-ФЗ "О персональных данных". С изменениями и дополнениями)



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. Сервис визуализации и анализа данных от Yandex Cloud. URL:
<https://cloud.yandex.ru/docs/datalens/>
3. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН"
<http://biblioclub.ru/>
4. • Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
5. Loginom. Аналитическая платформа [Электронный ресурс]: сайт. – Режим
доступа: <https://loginom.ru/>
6. СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
7. Платформа STATISTA <https://www.statista.com/>
8. Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Col-lection
<https://hstalks.com/business/journals/>
9. Дайджест-маркетинг – Режим доступа: www.bci-marketing.aha.ru



10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам необходимо руководствоваться «Методическими рекомендациями по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете» (Приказ ректора № 1040_о от 11.05.2021) и данной рабочей программой дисциплины.

Практическому занятию (семинару) в обязательном порядке должна предшествовать самостоятельная подготовительная работа студента, целями которой являются:

- изучение и повторение лекционного материала;
- самостоятельное изучение необходимого для успешного проведения занятий теоретического материала (конспектирование методик достижения поставленных теоретических и практических целей);
- ознакомление с методологией практической деятельности специалиста в круге рассматриваемых на занятии вопросов (изучении материалов, опубликованных в периодических специализированных изданиях и на специализированных сайтах в Интернете);
- выполнение простейших тренировочных заданий, призванных акцентировать внимание студента на наиболее важные разделы изучаемого материала, в том числе выявление новых тенденций по изучаемой тематике (подготовка докладов, рефератов и анализ цифровых данных для последующего проведения дискуссий и решения ситуационных задач на семинарском (практическом) занятии;
- формирование навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой по изучаемому предмету;
- подготовка проектной работы.

К семинарским и практическим занятиям студенты готовятся самостоятельно, в соответствии с рекомендациями преподавателя, сделанными на предыдущем занятии и с использованием основной и дополнительной литературы в БИК Финуниверситета (других библиотеках) и дома.

Контроль выполнения заданий для самостоятельной работы проводится в следующих формах:

- проведение устных дискуссий на семинарских (практических) занятиях;
- проведение опросов на семинарских (практических) занятиях по пройденному материалу, в том числе с применением метода «мозгового штурма»;
- заслушивание докладов по проектам (с использованием мультимедийных презентаций) на практических занятиях;



- проверка результатов тестовых заданий на практических (семинарских) занятиях;
- подготовка проектной работы и др.



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. Microsoft Office (Windows)
2. Yandex Cloud
3. Аналитическая платформа Loginom Academic
4. Онлайн-приложение для бизнес-аналитики Yandex DataLens
5. Astra Linux
6. Libre Office
7. Kaspersky

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Yandex DataLens
4. Информационная система СПАРК
5. Информационно-справочная система «СПАРК»
6. Информационно-образовательный портал Финансового университета. - <http://portal.ufrf.ru>.
7. Сервис мониторинга социальных медиа и онлайн-СМИ «IQBuzz» <https://www.iqbuzz.pro/>
8. Система мониторинга и анализа социальных медиа «Brand Analytics» <https://br-analytics.ru/>
9. Система профессионального анализа рынков и компаний <http://www.spark-interfax.ru/>

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

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

1. **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)

2. **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)