

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

## ПРИКЛАДНАЯ РЕКЛАМНАЯ АНАЛИТИКА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

---

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

*Код и наименование направления подготовки/специальности*

---

«Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»

*Наименование направленности (профиля)/ специализации*

Уровень высшего образования: *магистратура*

Форма обучения: *очная, очно-заочная, заочная*

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Прикладная рекламная аналитика и предпринимательство  
Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):  
Д.э.н, к.с.н, проф. Ю.Ю. Шитова

УТВЕРЖДЕНО  
Протокол заседания кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы  
№ 2 от 29.02.2024

## Оглавление

1	Пояснительная записка .....	4
1.1	Цель и задачи дисциплины .....	4
1.2	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине ( <i>модулю</i> ), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций .....	4
1.3	Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
5.1	Система оценивания.....	8
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине .....	9
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине ( <i>модулю</i> ) .....	10
6	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	12
6.1	Список источников и литературы.....	12
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ....	13
7	Материально-техническое обеспечение дисциплины ( <i>модуля</i> ).....	13
8	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов .....	14
9	Методические материалы .....	15
9.1	Планы <i>семинарских</i> занятий.....	15
9.2	Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	18
9.3	Иные материалы .....	19
	<i>Приложение 1</i> .....	21
	<i>Приложение 2</i> .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

# 1 Пояснительная записка

## 1.1 Цель и задачи дисциплины .

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков, в области веб-аналитики, применения специализированных методик, интернет-сервисов и программ для анализа данных, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, соответствующих передовым запросам работодателей в цифровой экономике.

Задачи дисциплины:

- 1) изучить теоретические основы веб-аналитики в рекламе; познакомиться со стандартами, технологиями и интернет-сервисами анализа данных; освоить современные методы анализа трафика в интернете.
- 2) научиться анализировать и применять на практике современные аналитические сервисы, проводить анализ эффективности работы сайта; оценивать результаты своего труда;
- 3) выработать навыки применения инструментальных средств веб-аналитики; получить навыки использования сервисов веб-аналитики для оценки результатов рекламных и PR кампаний.

## 1.2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию и редактированию информационных ресурсов	ПК-3.1. Осуществляет поиск информации по тематике сайта.	<i>Знать:</i> основные отчеты и показатели аналитических сервисов. <i>Уметь:</i> отличать особенности различных систем аналитики. <i>Владеть:</i> Популярными инструментами Яндекс.Метрика и Google Analytics.
ПК-4. Способен осуществлять техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте	ПК-4.2. Форматирует и настраивает отображение веб-страниц.	<i>Знать:</i> основные параметры и показатели аналитических сервисов, принципы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами знаковых систем. <i>Уметь:</i> отличать особенности модулей аналитики, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

		<p><i>Владеть:</i> инструментами подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов.</p>
--	--	---

### 1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Прикладная рекламная аналитика и предпринимательство» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии, Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности, Разработка и продвижение контента, Разработка и реализация коммуникационной стратегии, Контекстная реклама.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Управление коммуникационными проектами, Управление коммуникационным агентством, Продвижение бренда в социальных сетях, Управление фирменным стилем, Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика.

## **2 Структура дисциплины (модуля)**

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

### **Структура дисциплины для очной формы обучения**

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	12
2	Семинары/лабораторные работы	18
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часа(ов).

### **Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения**

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лекции	12
2	Семинары/лабораторные работы	18
Всего:		30

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 78 академических часа(ов).

### **Структура дисциплины для заочной формы обучения**

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
	Лекции	4
	Семинары/лабораторные работы	8
Всего:		12

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часа(ов).

### **3 Содержание дисциплины (модуля)**

<b>№</b>	<b>Наименование раздела дисциплины</b>	<b>Содержание</b>
1	Основные возможности систем веб-аналитики.	Изучение основных принципов работы с сервисами Яндекс.Метрика и Гугл Аналитикс.
2	Стандартные отчеты	Источники трафика, Аудитории, Содержание сайта, Технологии. Инструменты: Тепловые карты, Вебвизор. UTM-метки.
3	Продвинутое отчеты	Электронная коммерция, Монетизация, Посетители. Кагорный анализ. Интеграции и работа с Сегментами.
4	Настройка систем аналитики	Установка кодов отслеживания на сайты, проверка корректности установки.
5	Научное исследование на основе платформ Яндекс.Метрики и Google Analytics	Возможности работы в поисковых системах Яндекс и Google с помощью операторов системы. Значение группы выдач и мест размещения в рамках поисковой оптимизации рекламных текстов.

### **4 Образовательные технологии**

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

## **5 Оценка планируемых результатов обучения**

### **5.1 Система оценивания**

<b>Форма контроля</b>	<b>Макс. количество баллов</b>	
	<b>За одну работу</b>	<b>Всего</b>
Текущий контроль:		
- <i>контрольные опросы</i>	<i>5 баллов</i>	<i>20 баллов</i>
- <i>доклад, реферат</i>	<i>5 баллов</i>	<i>10 баллов</i>
- <i>практические задания</i>	<i>10 баллов</i>	<i>30 баллов</i>
Промежуточная аттестация <i>Итоговый контрольный опрос</i>		<i>40 баллов</i>
<b>Итого за семестр Экзамен</b>		<i>100 баллов</i>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Контрольные вопросы и задания (ПК-3.1, ПК-4.2)

1. Основопологающие принципы веб-аналитики
2. Возможности сервиса Яндекс.Метрика: отчеты, тепловые карты, вебвизор, посетители, сегменты, интеграции, настройки.
3. Возможности сервиса Google Analytics: специальный отчеты, отчет в реальном времени, аудитория, источники трафика, поведение, конверсии, атрибуция, администрирование.
2. Анализ посещаемости сайта
3. Анализ социальных и демографических характеристик посетителей сайтов
4. Ограничения использования Яндекс.Метрика и Google Analytics. Типичные ошибки в использовании.
5. Алгоритм аналитики посещаемости сайта.
6. Анализ посещаемости разделов и страниц
7. Как работает Google ADWORDS
8. Использование Интеграций Яндекс.Метрики: плагин для браузера, Яндекс.Формы, плагин для Wordpress, Настройка электронной коммерции, загрузка расходов, передача целей, онлайн чаты, отладчик метрики, коллтрекинг, CRM Битрикс24
9. Атрибутивный-анализ и оценка эффективности
10. Яндекс.Метрика для Медийной рекламы и Яндекс.Маркет
11. Что такое показатель отказов, визиты и сессии, IP-адрес, новые посетители, время на сайте.

12. Особенности различных типов интернет-трафика
13. Аналитика поисковых запросов пользователей
14. Рынок систем веб-аналитики
15. Особенности и различия в Яндекс.Метрике и Google Analytics
16. Сегментирование пользователей
17. Индексация и ранжирование сайтов
18. Группировки и метрики, сходства и различия
19. Распределение бюджета между каналами трафика
20. Отчеты по рекламным системам, Яндекс.Директу и UTM-меткам
21. Отчет электронная коммерция: заказы, содержимое заказов, популярные категории и бренды, популярные товары, товары в корзине, заказанные товары, промокоды
22. Конструктор отчетов в Яндекс.Метрике
23. Кагорный анализ
24. Настройка счетчиков: установка на сайте, предоставление прав доступа, дополнительные функции.
25. Роботность посетителей сайта и анализ поисковых ботов
26. Погрешности и ошибки в работе счетчиков
27. Отчеты по типам устройств и операционным системам

#### Примеры тем рефератов и докладов (ПК-3.1, ПК-4.2)

1. Аналитический поиск ошибок фронт-энда
2. Особенности мобильной аналитика: Appmetrika и Firebase
3. Яндекс.Метрика для медийной рекламы: особенности медийных форматов, Яндекс.Аудитории, пиксел (для медийной рекламы).
4. Принципы аналитики в социальных сетях: страницы, группы, блогеры. Возможности пикселов и их настройка.
5. Особенности работы с данными крупных компаний: Google BigQuery, Microsoft Power BI, Google Data Studio.
6. Google Tag Manager (GTM), установка на популярные CMS, установка пиксела Facebook, настройка целей.
7. Отличия веб-аналитики от сквозной аналитики
8. Сервисы для конкурентной разведки: SimilarWeb, Spywords, Serpstat.
9. API и стриминг данных: коннекторы (Pipelines), OWOX BI, Garpun
10. Путь пользователя (CJM), атрибуция и кросс-девайсы
11. Коллтрекинг: Целевой звонок, Zadarma, Callibry, Co-magic, Calltouch
12. Решения для сквозной аналитики: Roistat, K7R12, Google Analytics, Яндекс.Метрика.
12. Подключение CRM к сайту, формы, аналитика форм.

#### Примеры практических заданий (ПК-3.1, ПК-4.2)

##### Техническое задание №1

Создайте сайт вашей группы / учебного курса / кафедры / факультета согласно разработанным на практическом занятии требованиям. Используйте как можно больше различных средств и форматов.

##### Техническое задание №2

Создайте возможность промежуточного и итогового контроля на вашем сайте Google в соответствии с разработанными на практическом занятии требованиями.

## **6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1 Список источников и литературы**

#### **Основная литература:**

1. Кошик Авинаш. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики. Руководство. Москва, Диалектика / Вильямс 2016, — 516 с.
2. Цифровой бизнес: учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва: ИНФРА-М, 2018. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — // ЭБС Znanium.com — URL: <https://znanium.com/bookread2.php?book=905363> — Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
3. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. — М.: Дашков и К, 2016. — 352 с. // ЭБС Znanium.com — URL: <http://znanium.com/catalog/product/541640> — Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
4. *Миркин, Б. Г.* Введение в анализ данных: учебник и практикум / Б. Г. Миркин. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 174 с. // ЭБС ЮРАЙТ — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/vvedenie-v-analiz-dannyh-432851#page/1> — Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.

#### **Дополнительная литература:**

1. *Калюжнова, Н. Я.* Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общ. ред. Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 170 с. // ЭБС ЮРАЙТ — URL: <https://biblio-online.ru/book/sovremennye-modeli-marketinga-424986> — Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
2. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 457 с. // ЭБС ЮРАЙТ — URL: <https://biblio-online.ru/book/innovacionnyy-marketing-412942> — Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
3. *Гаврилов, Л. П.* Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 372 с. // ЭБС ЮРАЙТ — URL: <https://biblio-online.ru/book/innovacionnye-tehnologii-v-kommercii-i-biznese-425884> — Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.
4. Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 301 с. // ЭБС ЮРАЙТ — URL: <https://biblio-online.ru/book/internet-marketing-412924> — Режим доступа: ограниченный по логину и паролю.

#### **Источники специальной периодической литературы**

1. Маркетинг в России и за рубежом (издательство фин-пресс) ([www.dis.ru](http://www.dis.ru)). Журнал посвящен теории и методологии маркетинга, маркетингу в различных отраслях и сферах деятельности.
2. Практический маркетинг ([www.cfin.ru](http://www.cfin.ru) ). Журнал посвящен практике в сфере маркетинговой деятельности. В нем раскрывается специфика использования на практике маркетингового инструментария. Журнал рекомендуется гильдией маркетологов.
3. Маркетолог ([www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru) ). Ежемесячный журнал. Посвящен пропаганде маркетинговой теории и практике. Здесь публикуются известные люди в сфере маркетинга. В составе редакции Ф.Котлер.
4. Индустрия рекламы ([www.ir-magazine.ru](http://www.ir-magazine.ru)). Еженедельный журнал. Среди специалистов в области маркетинга и рекламы занимает одно из первых мест.

Основная идея и стиль этого журнала – рецепты успешного бизнеса в России и за рубежом.

## 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)  
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)  
 Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)  
 Cambridge University Press  
 ProQuest Dissertation & Theses Global  
 SAGE Journals  
 Taylor and Francis  
 JSTOR

1. <http://kafmr.rsuh.ru/> - сайт кафедры маркетинга и рекламы, факультета управления, института экономики, управления и права РГГУ. Сайт создан для информирования студентов и преподавателей, взаимодействия между ними. На сайте публикуются материалы, касающиеся маркетинговой тематики.
2. Сетевое издание AdIndex <https://adindex.ru>
3. Отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR Sostav.ru <https://www.sostav.ru>
4. Официальный сайт Гильдии Маркетологов [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)

## 6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

## **8 Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9 Методические материалы**

### **9.1 Планы семинарских занятий**

Темы семинарских занятий:

Тема 1-2 по теме: Основные аналитические возможности поисковых систем. Анализ работы с Google Adwords. Понятие и сущность ключевых слов в поиске и Комплексный подход к работе сервиса.

I. Вопросы для обсуждения:

1. Что из себя представляет подбор ключевых слов?
2. С помощью каких программ и приложений можно подобрать ключевые слова?
3. В каких случаях требуется применять ряд вспомогательных операторов и приёмов?
4. Какие показатели можно оценить с помощью разделения общей частоты запроса по регионам?
5. Перечислите дополнительные возможности сервиса?
6. Как можно быстро понять, как меняется интерес к ключевому запросу?

II. Пример практических заданий

#### Техническое задание №1

Создайте сайт вашей группы / учебного курса / кафедры / факультета согласно разработанному на практическом занятии требованиям. Используйте как можно больше различных средств и форматов.

#### Техническое задание №2

Создайте возможность промежуточного и итогового контроля на вашем сайте Google в соответствии с разработанными на практическом занятии требованиями.

III. Задача

Проанализировать работу сервиса Google Adwords

#### IV. Инструкция

1. Выбрать словосочетание или слово для анализа.
2. Провести анализ фразы согласно примеру приведенному выше, проверить основные показатели эффективности (частота в заданном регионе, история запроса, группировка)
3. Подобрать наиболее эффективные ключевые фразы для любого сайта на выбор.

Тема 3 по теме: Проектная работа на основе сайтов Google

##### I. ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА

##### Техническое задание №3

Создайте сайт одного из научно-исследовательских проектов, которые ведутся в вузе в соответствии с правилами и требованиями, оговоренными на практическом занятии.

Вопросы для обсуждения:

На основании выполненной практической работы необходимо ответить на следующие вопросы:

1. в случае создания линейных прогнозных трендов с помощью системы функций насколько точно можно предсказать количественные результаты научных проектов?
2. Какие меры по оптимизации и сглаживанию результатов научных исследований с помощью дополнительных сервисов системы вы можете предложить.

Тема 4 по теме: Технологии анализа текста

Инструкция по выполнению задания:

Найти самостоятельно в Интернете научную статью для разбора. Объем статьи должен быть не менее 2 страниц (размер шрифта: 12, Times New Roman; междустрочный интервал: одинарный).

1. На первой странице оставить только название. Под названием делается 3 гипотезы. Гипотезы о том, о чем говорится в статье (исходя из названия).
2. Со следующей страницы необходимо пронумеровать абзацы, после каждого абзаца оставить 3 строчки.
3. Завести 2 дополнительных файла, назвать их «Тезаурус» и «Выжимки» соответственно.
4. В названии статьи выделяем ключевые слова. Ключевые слова выписываем в отдельный файл – тезаурус.
5. Рассматриваем абзацы. Всего, по отношению к абзацам может применяться один(!) из возможных вариантов:
  - 5.1 Является ли фрагмент общим местом (есть ли некоторая проблема, разъяснение, общезначимый аргумент). Другими словами, если в абзаце дается историческая оценка или автор отступает и добавляет из личного опыта (то что было), то есть, нет ничего нового, то этот абзац считаем общим местом и в оставленные три строчки пишем просто "общее место". В дальнейшем рассмотрении данный абзац не участвует.
  - 5.2 Если в абзаце есть авторские понятия, толкования, то выносим их в файл «Тезаурус» и поясняем их авторское толкование.
  - 5.3 Иллюстрирует ли абзац трудные места (диаграммы, рисунки, схемы и т. д.)? Если да – то делаем соответствующую пометку под абзацем.
  - 5.4. Если излагается некоторая мысль, то выносим ее краткое содержание в файл «Выжимки (номер абзаца и выжимка).

6. Читаем файл «Выжимки» и исключаем замеченные смысловые повторы, если такие есть.
7. Делаем вывод. Соответствует ли содержание статьи содержанию наименования (находятся ли название и содержание в релевантном отношении).
8. Если удовлетворяет, то – ОК, если нет – то предлагаем свое название. Подтвердилась ли какая-либо из трех гипотез, выдвинутых в начале.
9. В выводе считаем и указываем средний коэффициент выжимки.

Считаем статистику: коэффициент выжимки  $K = 1 - \frac{N}{M}$ , где

N – количество слов в сжатом тексте,

M – количество слов в абзаце.

10. Построение онтологической модели. Смотрим тезаурус, связанный с текстом, и рассматриваем, в каком отношении друг с другом находятся слова, входящие в тезаурус. Онтологическую модель также помещаем в файл с тезаурусом.

Тема 5 по теме: Научное исследование на основе сайтов Google

#### Техническое задание №4

Отразите на вашем Google-сайте возможность интерактивной коллективной работы с текстами больших объемов (перевод, редактирование, рецензирование, контент-анализ и т.п.)

Вопросы к занятию.

1. Перечислите основные нереализованные возможности использования Google sites в учебной работе.

Укажите все возможные программные и технологические решения.

2. Укажите нереализованные возможности Google sites в научной работе.
3. Отметьте нереализованные возможности Google sites в проектной работе.
4. Назовите операторы поисковой системы Google и поясните их значение.
5. Воспользовавшись ссылкой [http:// www.google.ru/iutl/ru/help/features.html](http://www.google.ru/iutl/ru/help/features.html), найдите информацию о том, каким образом осуществит расширенный поиск в Google, какие параметры поиска доступны пользователю?

Тема 6 - Стандартные отчеты: Источники трафика, Аудитории, Содержание сайта, Технологии. Инструменты: Тепловые карты, Вебвизор. UTM-метки.

I. Вопросы для обсуждения:

1. Что представляет собой обзор источников трафика?
2. Опишите суть работы UTM-метки.
3. Особенности продвижения сайта в Яндексe.
4. Ключевые слова для продвижения сайта.
5. Перечислите основные современные методы трафик-менеджмента в Интернет-маркетинге.
6. Какие задачи может решать отчет?
7. Опишите структуру и настройки отчета.

II. Пример практических заданий

#### Техническое задание №1

Оцените, пользователи каких городов чаще всего посещают сайт [dominospizza.ru](http://dominospizza.ru), выявите целевую аудиторию и придумайте пример таргетированной рекламы для данной компании.

Техническое задание №2.

Проанализируйте процесс регистрации или оформления заказа на [www.lamoda.ru](http://www.lamoda.ru) с помощью Вебвизора можно и узнайте, на каком шаге регистрации сайт теряет посетителей.

Тема 7 Продвинутое отчеты: Электронная коммерция, Монетизация, Посетители. Кагортный анализ. Интеграции и работа с Сегментами.

I. Вопросы для обсуждения:

1. Что представляют собой продвинутое отчеты?
2. Перечислите группировки результатов тестирования в продвинутом отчете.
3. Дайте определение термину "кагорта".
4. Что отображается в разделе "Сегменты" в Яндекс.Метрике?
5. Как вы думаете, где чаще всего используется когортный анализ?

II. Пример практических заданий

Техническое задание №1

Проведите подробный когортный анализ любого сайта. Сделайте подробный анализ с последовательными скриншотами.

Тема 8 Настройка систем аналитики, установка кодов отслеживания на сайты, проверка корректности установки.

I. Вопросы для обсуждения:

1. Настройка счетчиков: установка на сайте, предоставление прав доступа, дополнительные функции.
2. Роботность посетителей сайта и анализ поисковых ботов.
3. Погрешности и ошибки в работе счетчиков.
4. Отчеты по типам устройств и операционным системам.

II. Пример практических заданий

Техническое задание №1

Напишите реферат по одной из тем:

"Сервисы для конкурентной разведки: SimilarWeb, Spywords, Serpstat";

"Подключение CRM к сайту, формы, аналитика форм";

"Решения для сквозной аналитики: Roistat, K7R12, Google Analytics, Яндекс.Метрика".

## 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является квалификационной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада студент должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с предметом «Маркетинговый анализ больших данных».

*Общие требования.*

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры, как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

Предлагаемая студентам тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблеме, предложенной студентом. При этом тема должна быть согласована с руководителем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам студента.

*Требования к содержанию и структуре текста*

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Однако каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список используемых источников и литературы.

### **9.3 Иные материалы**

*Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов*

Самостоятельная работа является одним из видов учебных занятий. Цель самостоятельной работы – практическое усвоение студентами вопросов разработки стратегий поведения рыночных агентов на основе знания биологических основ экономического поведения индивидуальных и групповых потребителей.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Задачи самостоятельной работы студента:

- развитие навыков самостоятельной учебной работы;
- освоение содержания дисциплины;
- углубление содержания и осознание основных понятий дисциплины;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для эффективной подготовки к экзамену.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины;
- подготовка к полевому исследованию, творческим типовым заданиям;
- выполнение домашних заданий по закреплению тем.

Для выполнения любого вида самостоятельной работы необходимо пройти следующие этапы:

- определение цели самостоятельной работы;
- конкретизация познавательной задачи;
- самооценка готовности к самостоятельной работе;
- выбор адекватного способа действия, ведущего к решению задачи;
- планирование работы (самостоятельной или с помощью преподавателя) над заданием;
- осуществление в процессе выполнения самостоятельной работы самоконтроля (промежуточного и конечного) результатов работы и корректировка выполнения работы;
- рефлексия;
- презентация работы.

**АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Цель дисциплины «Прикладная рекламная аналитика и предпринимательство»: формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков, в области веб-аналитики в рекламе и связях с общественностью, применения специализированных методик, интернет-сервисов и программ для анализа данных, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, соответствующих передовым запросам работодателей в цифровой экономике.

Задачи дисциплины:

- 1) изучить теоретические основы веб-аналитики в рекламе; познакомиться со стандартами, технологиями и интернет-сервисами анализа данных; освоить современные методы анализа сайтов в интернете.
- 2) научиться анализировать и применять современные аналитические сервисы, проводить анализ эффективности работы сайта; оценивать результаты своего труда;
- 3) выработать навыки выбора и применения инструментальных средств веб-аналитики; получить навыки использования сервисов анализа данных для задач рекламы и связей с общественностью.

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

*Знать:* основные параметры и показатели аналитических сервисов, принципы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами знаковых систем.

*Уметь:* отличать особенности модулей аналитики, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

*Владеть:* инструментами подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов.