

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное общеобразовательное учреждение  
высшего образования  
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Экономический факультет  
Кафедра маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДАЮ:  
Проректор по учебной работе,  
качеству образования – первый  
проректор  
Хагуров Т.А.  
«26» мая 2023 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.08 РЫНОЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ВЕБ-АНАЛИТИКА

Направление подготовки / специальность:	38.04.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
Направленность (профиль) / специализация:	Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде
Форма обучения:	очная, заочная
Квалификация:	МАГИСТР

Краснодар 2023



Рабочая программа дисциплины Б1.В.08 **Рыночные исследования и веб-аналитика** составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению 38.04.06 Торговое дело (уровень магистратуры) профиль «Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде».

Программу составил:

Омельяненко А.В..

доцент кафедры маркетинга и торгового дела

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры маркетинга и торгового дела протокол №7 от 30.04.23 г

Заведующий кафедрой

Костецкий А.Н.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета

протокол УМК № 8 от 19.05.23г.

Председатель УМК факультета,

д-р экон.наук. проф.

Л.Н. Дробышевская

Рецензенты:

Казанджян С.М., заместитель директора ООО «Профессионал Юга»

Гетман Е.П., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма»

## Содержание

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля) .....	7
1.1 Цель освоения дисциплины .....	7
1.2 Задачи дисциплины .....	7
1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы .....	8
1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	9
2. Структура и содержание дисциплины .....	11
2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ .....	11
2.2 Структура дисциплины .....	12
2.3 Содержание тем дисциплины .....	13
2.3.1 Занятия лекционного типа .....	13
2.3.2 Занятия семинарского типа .....	14
2.3.3 Лабораторные занятия .....	16
2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов) .....	16
2.3.5 Методические указания к практическим занятиям .....	16
2.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины .....	17
2.4.1 Организация самостоятельного изучения разделов дисциплины .....	17
2.4.2 Темы для самостоятельного изучения .....	17
2.4.3 Формы контроля за выполнением самостоятельной работы .....	18
2.4.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	18
2.4.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) .....	19
3. Образовательные технологии .....	21
4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации .....	22

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.....	26
4.1.1. Примеры тем для разработки эссе .....	26
4.1.2. Примеры тестовых вопросов.....	26
4.1.3 Примеры практических заданий .....	28
4.1.4 Пример кейса для коллоквиума .....	28
4.1.5 Перечень примеров контрольных вопросов.....	29
4.1.6 Список тем для рефератов.....	30
4.1.7 Примеры ситуационных задач .....	30
4.1.8 Проектные задания .....	30
4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.....	30
Вопросы для подготовки к зачету .....	30
Критерии оценивания результатов обучения .....	33
5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	34
5.1 Основная литература .....	34
5.2 Дополнительная литература.....	35
5.3. Периодические издания .....	36
5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	36
Электронно-библиотечные системы (ЭБС): .....	36
Профессиональные базы данных:.....	37
Информационные справочные системы:.....	37
Ресурсы свободного доступа: .....	37
Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:.....	38
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	39
7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине .....	41

7.1	Перечень информационных технологий и необходимого программного обеспечения.....	41
7.2	Перечень информационных справочных и электронных библиотечных систем, доступных студентам КубГУ для изучения дисциплины .....	42
8.	Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю) ...	42

## **1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)**

### **1.1 Цель освоения дисциплины**

Целью освоения учебной дисциплины «Рыночные исследования и веб-аналитика» является изучение теоретических и практических прикладных аспектов использования современного веб-аналитического инструментария. Студенты освоят методы веб-аналитики, научатся применять инструменты, а получат знания и навыки проведения комплексных мониторинговых исследований в сети Интернет, используемых в дальнейшей профессиональной деятельности.

### **1.2 Задачи дисциплины**

Задачи изучения дисциплины «Рыночные исследования и веб-аналитика» вытекают из требований, предъявляемых Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования, а также профессиональным стандартом 06.143 «Специалист по интернет-маркетингу».

**Задачи дисциплины** приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в области рыночных исследований и веб-аналитики, а также формирование необходимых для профессиональной деятельности компетенций и могут быть уточнены следующим образом:

- формирование понимания логики развития современной маркетинговой интернет среды, направлений ее динамики, сложности и неопределенности;

- усвоение системного представления о наиболее эффективных методах и подходах к проведению веб-аналитических процедур и мониторинговых исследований в интернет-среде;

- выработка умения применять инструменты веб-аналитики и мониторинговых исследований в интернет-среде;

- формирование навыков веб-аналитики и проведения мониторинговых исследований в интернет-среде.

Изучение курса «Рыночные исследования и веб-аналитика» проходит в тесной связи с другими дисциплинами экономического и гуманитарного направления, преподаваемыми в университете (экономика, менеджмент, социология, маркетинг).

### **1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Рыночные исследования и веб-аналитика» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана магистратуры (Б1.В.08) по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело, профиль «Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде». Ее изучение запланировано в 2 семестре 1 курса.

Содержание данной дисциплины опирается на знания основных экономических и управленческих дисциплин, изучаемых на первых ступенях высшего профессионального образования соответствующих профилей, таких, как «Торговое дело», «Микроэкономика», «Экономика предприятия», «Менеджмент» и др. По содержанию дисциплина является продвинутым уровнем изучения таких курсов программы бакалавриата, как «Веб-аналитика», «Маркетинг», «Профессиональные компьютерные программы», «Продвижение в социальных сетях», «Реклама и продвижение в интернет», «Стратегии интернет-маркетинга», «Поисковая оптимизация», «Методы анализа и прогнозирования спроса», «Конкурентный анализ в отрасли», «Маркетинговый аудит».

## 1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
ПК-2 Способен разрабатывать и реализовать маркетинговые программы торгового предприятия с использованием инструментов комплекса маркетинга	
ИПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	Знает: Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития
	Знает: Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации
	Умеет: Определять на основе рыночных исследований конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации
	Умеет: Проводить оценку стоимости брендов организации на основе исследования показателей веб-аналитики ее сайта
	Трудовое действие: Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов) на основе рыночных исследований
	Трудовое действие: Исследование исследования показателей веб-аналитики организации с целью разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование коммерческой деятельности и маркетинговых кампаний в онлайн-среде	
ИПК-3.1 Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает: Основы поисковой оптимизации и показатели, характеризующие ее успешность
	Знает: Основы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний и показатели, характеризующие его успешность
	Умеет: Анализировать получаемую от заказчика информацию и сопоставлять ее с данными рыночных исследований
	Умеет: Использовать данные рыночных исследований для разработки стратегии продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика
	Трудовое действие: Определение на основе данных веб-аналитики целей продвижения сайта в интернет-среде
	Трудовое действие: Определение объекта продвижения информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и ожидаемых от продвижения результатов
ИПК-3.2 Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих эффективность	Знает: Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде	информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Знает: Система инструментов интернет-маркетинга
	Умеет: Планировать работы по аналитическому обеспечению продвижения проекта на каждом этапе реализации стратегии
	Умеет: Разрабатывать техническую, плановую, отчетную и договорную документацию части проведения рыночных исследований
	Трудовое действие: Составление системы показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проекта
	Трудовое действие: Определение соответствия между этапами реализации стратегии продвижения и системой показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта
ИПК-3.3 Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает: Функционирование поисковых машин
	Знает: Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Умеет: Планировать работы по аналитическому обеспечению продвижения сайта в интернет-среде
	Умеет: Планировать работы по аналитическому обеспечению продвижения образа продукта в интернет-среде
	Трудовое действие: Анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
	Трудовое действие: Составление заданий на проведение рыночных исследований в рамках формирования договоров на продвижение
ИПК-3.5 Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает: Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)
	Знает: Система инструментов интернет-маркетинга применяемых для целей веб-аналитики
	Умеет: Выдавать задания по организации рыночных исследований
	Умеет: Выдавать задания по проведению веб-аналитических исследований
	Трудовое действие: Внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения на основе данных веб-аналитики
	Трудовое действие: Определение на основе данных веб-аналитики причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения

\*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану.

## 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет **3** зачетные единицы (**108** часов) для очной и очно-заочной формы обучения их распределение по видам работ представлено в таблице.

Виды работ	Всего часов	Форма обучения			
		Очная		очно-заочная	заочная
		2 семестр (часы)	X семестр (часы)	2 семестр (часы)	X курс (часы)
<b>Контактная работа, в том числе:</b>		<b>24,2</b>		<b>12,3</b>	
<b>Аудиторные занятия (всего):</b>		<b>24,0</b>		<b>12,0</b>	
занятия лекционного типа		6,0		4,0	
лабораторные занятия		18,0		8,0	
практические занятия					
семинарские занятия					
<i>Указываются виды работ в соответствии с учебным планом</i>					
Иная контактная работа:		0,2		0,2	
Контроль самостоятельной работы (КСР)		0		3,8	
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2		0,2	
<b>Самостоятельная работа, в том числе:</b>		<b>83,8</b>		<b>92,0</b>	
<i>Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)</i>					
<i>Контрольная работа</i>					
<i>Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)</i>					
<i>Реферат/эссе (подготовка)</i>					
<i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i>					

<b>Контроль:</b>			зачет		зачет	
Подготовка к экзамену						
<b>Общая трудоемкость</b>	час.		108,0		108,0	
	в том числе контактная работа		24,2		12,3	
	зач. ед		3		3	

## 2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины даны в табл.3.

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые во 2 семестре для очной формы обучения

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельн ая работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Методология веб-анализа	12	1	3	-	8
2.	Инструментарий веб-анализа	12	1	3	-	8
3.	Сбор, преобразование и анализ данных с помощью SQL	28	2	4	-	22
4.	Анализ данных в Excel	27	1	4	-	22
5.	Python для анализа данных	28,8	1	4	-	23,8
	<i>Итого:</i>	107,8	6	18	-	83,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	0				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	0				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Таблица 3 – Разделы дисциплины, изучаемые во 2 семестре для очно-заочной формы обучения

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1.	Методология веб-анализа	11,5	0,5	1	-	10
2.	Инструментарий веб-анализа	11,5	0,5	1	-	10
3.	Сбор, преобразование и анализ данных с помощью SQL	27	1	2	-	24
4.	Анализ данных в Excel	27	1	2	-	24
5.	Python для анализа данных	27	1	2	-	24
	<i>Итого:</i>	104	4	8	-	92
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	3,8				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю	0				
	Общая трудоемкость по дисциплине	0				
	<i>Всего:</i>	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

## 2.3 Содержание тем дисциплины

### 2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
	Методология веб-анализа	1.1. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. 2. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика. 3. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга. 2. 1. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и	К(П)ФУ (178018.pdf)

		макро конверсий. 2. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).	
	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. Woorga. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице. SpyBOX. 2. Диспетчер тегов. Google Tag Manager. Системы интернет-статистики: Piwik, Яндекс.Метрика. Системы интернет-статистики: Google Analytics	К(П)ФУ (178018.pdf)
	Сбор, преобразование и анализ данных с помощью SQL	Базовые запросы. Генерация новых признаков и очистка данных. Агрегатные функции. Объединение таблиц. Подзапросы и WITH. Оконные функции. Создание, изменение, удаление данных в таблице, создание индексов. Временные таблицы.	Skypго
	Анализ данных в Excel	Функционал Excel. Оценка эффективности CPC рекламы в Excel: расчет метрик, применение базовых функций и формул. Оценка эффективности CPC рекламы в Excel: расчет метрик, применение продвинутых функций и формул. RFM-анализ и когортный анализ в Excel: расчет метрик, применение базовых функций и формул. RFM-анализ и когортный анализ в Excel: расчет метрик, применение продвинутых функций и формул, визуализация. Анализ SEO-датасета: расчет метрик, прогнозирование. Семантический анализ отзывов: расчет метрик, применение продвинутых функций и формул.	Skypго
	Python для анализа данных	Python Quick Start, переменные и типы данных. Работа со списками и словарями. Циклы, функции. Библиотеки: стандартные, pandas. Выбор и настройка визуализаций. Статистика и A/B-тесты. Подключение к API. Запросы к удаленным базам данных. Прогнозирование, введение в ML библиотеки.	Skypго

*О – опрос, ПЗ- практические задания , Э-эссе, З - задачи, ТЗ – тестовые задания, К-коллоквиум, Р – реферат, ДИ – деловая игра,РГЗ - расчетно-графические задания, СП – сквозной проект*

### **2.3.2 Занятия семинарского типа**

На основе лекционного материала, изучения основной и дополнительной научной литературы бакалавры продолжают изучение дисциплины на практических занятиях. Основная цель этих занятий состоит в углубленном изучении наиболее значимых разделов курса, приобретении практических навыков разработки, проектирования и создания сайтов, а также изучение на практике процессов веб-дизайна, выявление имеющихся проблем, отработка навыков их решения. Лабораторные занятия позволяют

закрепить полученные на лекциях и при чтении учебной и научной литературы знания. Используются различные формы организации лабораторных занятий при широком использовании компьютерных и интернет технологий, а также анализ, аудит и тестирование имеющихся и разрабатываемых веб-приложений.

На практическое занятие отводится 2-6 ч. учебного времени.

Содержание практических занятий, структурировано по темам учебного курса:

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
	Методология веб-анализа	1.1. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. 2. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика. 3. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга. 2. 1. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий. 2. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).	<i>ТЗ</i>
	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. Woorga. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице. SpyBOX. 2. Диспетчер тегов. Google Tag Manager. Системы интернет-статистики: Piwik, Яндекс.Метрика. Системы интернет-статистики: Google Analytics	<i>РГЗ, ТЗ</i>
	Сбор, преобразование и анализ данных с помощью SQL	Базовые запросы. Генерация новых признаков и очистка данных. Агрегатные функции. Объединение таблиц. Подзапросы и WITH. Оконные функции. Создание, изменение, удаление данных в таблице, создание индексов. Временные таблицы.	<i>РГЗ, ТЗ</i>
	Анализ данных в Excel	Функционал Excel. Оценка эффективности CPC рекламы в Excel: расчет метрик, применение базовых функций и формул. Оценка эффективности CPC рекламы в Excel: расчет метрик, применение продвинутых функций и формул. RFM-анализ и когортный анализ в Excel: расчет метрик, применение базовых функций и формул. RFM-анализ и когортный анализ в Excel: расчет метрик, применение продвинутых функций и формул, визуализация. Анализ SEO-датасета: расчет метрик, прогнозирование. Семантический анализ отзывов: расчет метрик, применение продвинутых функций и формул.	<i>СП, ТЗ</i>

	Python для анализа данных	Python Quick Start, переменные и типы данных. Работа со списками и словарями. Циклы, функции. Библиотеки: стандартные, pandas. Выбор и настройка визуализаций. Статистика и A/B-тесты. Подключение к API. Запросы к удаленным базам данных. Прогнозирование, введение в ML библиотеки.	СП, ТЗ
--	---------------------------	--	--------

*О – опрос, ПЗ- практические задания , Э-эссе, З - задачи, ТЗ – тестовые задания, К-коллоквиум, Р – реферат, ДИ – деловая игра, РГЗ - расчетно-графические задания, СП – сквозной проект*

### **2.3.3 Лабораторные занятия**

Лабораторные занятия - не предусмотрены

### **2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)**

В соответствии с учебным планом курсовые работы по дисциплине не предусмотрены.

### **2.3.5 Методические указания к практическим занятиям**

Бакалавр может в достаточном объеме усвоить и успешно реализовать конкретные знания, умения, навыки и компетенции в своей практической деятельности при выполнении следующих условий:

- 1) систематическая работа на учебных занятиях под руководством преподавателя и самостоятельная работа по закреплению полученных знаний и навыков;
- 2) добросовестное выполнение заданий преподавателя на практических занятиях;
- 3) выяснение и уточнение отдельных предпосылок, умозаключений и выводов, содержащихся в учебном курсе; взаимосвязей отдельных его разделов, используемых методов, характера их использования в практической деятельности менеджера;
- 4) сопоставление точек зрения различных авторов по затрагиваемым в учебном курсе проблемам; выявление неточностей и некорректного изложения материала в периодической и специальной литературе;

5) разработка предложений преподавателю в части доработки и совершенствования учебного курса;

6) подготовка научных статей для опубликования в периодической печати, выступление на научно-практических конференциях, участие в работе студенческих научных обществ, круглых столах и диспутах по проблемам дисциплины.

## **2.4 Самостоятельное изучение разделов дисциплины**

### **2.4.1 Организация самостоятельного изучения разделов дисциплины**

Основная цель самостоятельной работы студента при изучении дисциплины — закрепить теоретические знания, полученные в ходе лекционных занятий, а также сформировать практические навыки по пониманию сущности и современному видению организационного поведения, его значимости и роли.

Самостоятельная работа студентов в процессе освоения дисциплины **«Рыночные исследования и веб-аналитика»** включает в себя: изучение основной и дополнительной литературы по курсу; работу с электронными учебными ресурсами (КОПР); изучение материалов периодической печати, интернет-ресурсов; выполнение реферативной работы; подготовку к деловой игре; подготовку к тестированию; индивидуальные и групповые консультации по наиболее сложным вопросам.

### **2.4.2 Темы для самостоятельного изучения**

1. Определение статистической значимости на малых выборка
2. Параметрические критерии и проверка гипотез
3. А/В-тестирование
4. Продуктовая аналитика в маркетинге
5. Создание динамического отчета в Power BI с результатами RFM-анализа

### 2.4.3 Формы контроля за выполнением самостоятельной работы

Для промежуточного контроля студенты пишут самостоятельную работу (возможные варианты представлены ниже).

Участие в проводимых формах контроля в течение семестра является обязательным для всех студентов. Результаты данного контроля – составная часть оценки знаний студента в ходе итогового экзамена.

#### **Варианты контрольных заданий:**

*Содержание самостоятельной работы:* студент изучает методологические вопросы маркетингового анализа и проектирования. Выбирает организацию (систему) для исследования: варианты А, Б, В или Г.

Организует опрос специалистов предметной области, анализирует и систематизирует полученную информацию. Разрабатывает модель системы: определяет контекст модели, формулирует цель моделирования и точку зрения, методом мозгового штурма формирует и уточняет список потоков объектов, формирует и уточняет список работ, строит диаграммы, проводит их декомпозицию, проводит их критическую оценку и уточнение. Составляет глоссарий. Формирует папки для рецензирования. Проходит стадии критической оценки, рецензирования модели системы управления, доводит модель до статуса публикации, разрабатывает рекомендации по ее совершенствованию или реструктуризации. Оформляет результаты, готовит презентацию.

### 2.4.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
	2	3
	Проработка и повторение лекционного материала, материала учебной и научной литературы, подготовка к практическим занятиям, подготовка рефератов и эссе.	Ресурсы (в т.ч. и электронные) библиотеки КубГУ 1. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 288 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – <a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/1450">www.dx.doi.org/10.12737/1450</a> . - Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog/product/915555">http://znanium.com/catalog/product/915555</a> 2. Бизнес-аналитика средствами Excel : учеб. пособие / Я.Л. Гобарева, О.Ю. Городецкая, А.В. Золотарюк. – 3-е изд., перераб. и

		<p>доп. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. – 350 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <a href="http://www.znanium.com">http://www.znanium.com</a>]. - Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog/product/854421">http://znanium.com/catalog/product/854421</a></p> <p>3. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин / под ред. Л.Г. Гагариной. – М. : ИД 'ФОРУМ' : ИНФРА-М, 2017. – 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <a href="http://www.znanium.com">http://www.znanium.com</a>]. – (Профессиональное образование). - Режим доступа: <a href="http://znanium.com/catalog/product/894969">http://znanium.com/catalog/product/894969</a></p> <p>4. Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Кагаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=499687">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=499687</a> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный.</p> <p>5. Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждено Ученым советом экономического факультета. Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a></p> <p>6. Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждено Ученым советом экономического факультета. Протокол № 8 от 29 июня 2017 г. Режим доступа <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a></p>
--	--	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

#### **2.4.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы ( <i>выбрать в соответствии с видом СРС</i> )
1	Занятия лекционного и семинарского типа	Методические указания для подготовки к занятиям лекционного и семинарского типа. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
2	Подготовка эссе, рефератов, курсовых работ.	Методические указания для подготовки эссе, рефератов, курсовых работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
3	Выполнение самостоятельной работы обучающихся	Методические указания по выполнению самостоятельной работы обучающихся. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
4	Выполнение расчетно-графических заданий	Методические указания по выполнению расчетно-графических заданий. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
5	Выполнение лабораторных работ	Методические указания по выполнению лабораторных работ. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
6	Написание и оформление выпускной квалификационной (бакалаврской) работы	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы бакалавра. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
7	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (дипломной работы)	Методические указания по написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (дипломной работы). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
8	Написание и оформление выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации)	Методические указания написанию и оформлению выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации). Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a> .
9	Подготовка и оформление отчета по практике	Методические указания по подготовке и оформлению отчета по практике. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года.. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>
10	Интерактивные методы обучения	Методические указания по интерактивным методам обучения. Утверждены на заседании Совета экономического факультета ФГБОУ ВО «КубГУ». Протокол № 1 от 30 августа 2018 года. Режим доступа: <a href="https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya">https://www.kubsu.ru/ru/econ/metodicheskie-ukazaniya</a>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

### **3. Образовательные технологии**

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, проблемное обучение, модульная технология, подготовка письменных аналитических работ, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (проектных методик, мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций, анализа педагогических задач, педагогического эксперимента, иных форм) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

В процессе изучения дисциплины лекции, лабораторные занятия, консультации являются основными формами обучения в рамках лекционно-семинарской образовательной технологии.

#### 4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «**Рыночные исследования и веб-аналитика**».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме тестовых заданий, расчетно-графических заданий, сквозного проекта и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий к зачету.

##### Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИПК-2.1 Разрабатывает, тестирует и внедряет инновационные товары (услуги), создает нематериальные активы (бренды) и управляет ими в торговой организации	Знает: Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 1-3
2		Знает: Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 4-7
3		Умеет: Определять на основе рыночных исследований конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 8-11
4		Умеет: Проводить оценку стоимости брендов организации на основе исследования показателей веб-аналитики ее сайта	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 12-15
5		Трудовое действие: Подготовка рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 1-3

		товаров (услуг, брендов) на основе рыночных исследований		
6		Трудовое действие: Исследование исследования показателей веб-аналитики организации с целью разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 4-7
7	ИПК-3.1 Проводит переговоры с потенциальными заказчиками по формированию и реализации проектов продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает: Основы поисковой оптимизации и показатели, характеризующие ее успешность	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 8-11
8		Знает: Основы проведения контекстно-медийных рекламных кампаний и показатели, характеризующие его успешность	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 12-15
9		Умеет: Анализировать получаемую от заказчика информацию и сопоставлять ее с данными рыночных исследований	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 1-3
10		Умеет: Использовать данные рыночных исследований для разработки стратегии продвижения в соответствии с требованиями и ожиданиями заказчика	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 4-7
11		Трудовое действие: Определение на основе данных веб-аналитики целей продвижения сайта в интернет-среде	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 8-11
12		Трудовое действие: Определение объекта продвижения информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и ожидаемых от продвижения результатов	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 12-15
1	ИПК-3.2 Разрабатывает и анализирует систему показателей, характеризующих	Знает: Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 1-3

	эффективность продвижения проекта и формирование стратегии продвижения в интернет-среде	маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)		
2		Знает: Система инструментов интернет-маркетинга	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 4-7
3		Умеет: Планировать работы по аналитическому обеспечению продвижения проекта на каждом этапе реализации стратегии	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 8-11
4		Умеет: Разрабатывать техническую, плановую, отчетную и договорную документацию части проведения рыночных исследований	Лабораторная работа	Вопрос на экзамене 12-15
5		Трудовое действие: Составление системы показателей, необходимых и достаточных для анализа эффективности продвижения проекта	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 4-7
6		Трудовое действие: Определение соответствия между этапами реализации стратегии продвижения и системой показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 8-11
7	ИПК-3.3 Разрабатывает комплексную маркетинговую стратегию продвижения благоприятного образа продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает: Функционирование поисковых машин	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 1-3
8		Знает: Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 4-7
9		Умеет: Планировать работы по аналитическому обеспечению продвижения сайта в интернет-среде	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 8-11
10		Умеет: Планировать	Лабораторная работа	Вопрос на

		работы по аналитическому обеспечению продвижения образа продукта в интернет-среде		экзамене 12-15
11		Трудовое действие: Анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 4-7
12		Трудовое действие: Составление заданий на проведение рыночных исследований в рамках формирования договоров на продвижение	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 8-11
13	ИПК-3.5 Формирует систему контроля стратегии проекта по продвижению продукта, компании, сайта в интернет-среде	Знает: Принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (веб-аналитика)	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 1-3
14		Знает: Система инструментов интернет-маркетинга применяемых для целей веб-аналитики	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 4-7
15		Умеет: Выдавать задания по организации рыночных исследований	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 8-11
16		Умеет: Выдавать задания по проведению веб-аналитических исследований	Лабораторная работа	Вопрос на экзамене 12-15
17		Трудовое действие: Внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения на основе данных веб-аналитики	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 4-7
18		Трудовое действие: Определение на основе данных веб-аналитики причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения	<i>РГЗ, ТЗ</i>	Вопрос на экзамене 8-11

\*Вид индекса индикатора соответствует учебному плану

## **4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля**

### **4.1.1. Примеры тем для разработки эссе**

В соответствии с программой дисциплины эссе не предусмотрены.

### **4.1.2. Примеры тестовых вопросов**

\*\*\* Глубина, насыщенность товара (бренда) это

- общее количество товаров или брендов в ассортименте (товарной линии)
- + общее количество SKU (товарных единиц - stock keeping unit) товара (бренда)
- количество ассортиментных групп или товарных линий
- степень близости между разными товарными группами

\*\*\* Обновляемость ассортимента

- + количество новых товарных позиций к структуре ассортимента
- общее количество классификационных группировок
- количество входящих в нее классификационных группировок низшего структурного уровня

\*\*\* Выберите верное выражение

- + Показатели гармоничности отражают степень близости между отдельными товарами (товарными категориями) по некоторому определяющему признаку
- Показатели гармоничности отражают степень соответствия ассортимента торговой точки внутреннему миру потребителя
- Показатели гармоничности показывают насколько выкладка товаров в торговом зале соответствует единому подходу (фирменному стилю)

\*\*\* С точки зрения вклада товаров в общую прибыль компании выделяют товары

- + Товары основного ассортимента или товары-лидеры
- + Товары дополнительного (сопутствующего) ассортимента
- Товары с высокой маржинальностью
- Товары со средней маржинальностью
- Низко-маржинальные товары

\*\*\* Прогнозирование спроса — деятельность, включающая в себя

- + сбор и анализ информации по факторам, определяющим параметры спроса,
- + моделирование возможных вариантов развития спроса
- + выбор наиболее оптимального варианта для последующей оптимизации ассортимента
- контекстный анализ запросов потребителей с целью определения лексических единиц, определяющих наиболее востребованные товары
- сортировку ассортимента продукции в соответствии с принципами мерчендайзинга

\*\*\* Для определения прошлых значений данных, описывающих динамику спроса и определяющих его факторов могут применяться:

- + анализ почечковой информации
- + периодические опросы потребителей
- + итоговые результаты продаж
- нормативные документы государственных органов
- статистическая информация министерства торговли
- блиц-анкетирование студентов высших учебных заведений

**\*\*\*** Анализ временных рядов позволяет

+ установить направление и скорость развития спроса, определить основные причины его динамики, а также оценить формы перемен спроса в хронологически упорядоченных данных

- установить направление и скорость развития спроса, сформулировать возможность создания новых потребностей у покупателей

- установить причины и виновников низкого спроса, установить степень их ответственности за невыполнение торговым предприятием намеченных объемов товарооборота

**\*\*\*** Выберите верные выражения

+ Длительный тренд — это общее поведение переменной (величины спроса) в течение длительного периода времени.

- Сезонные колебания предполагают подъемы и падения, имеющие периодическую природу. Эта форма простирается на несколько лет и не может всегда рассчитываться с постоянной точностью на основе повторяемости цикла.

+ Случайный разброс описывает динамику такого рода, когда изменения в структуре спроса (продаж) имеют место, но они не предсказуемы

#### **4.1.3 Примеры практических заданий**

#### **4.1.4 Пример кейса для коллоквиума**

В соответствии с программой курса коллоквиумы не предусмотрены.

#### **4.1.5 Перечень примеров контрольных вопросов**

1. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели.
2. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика.
3. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга.
4. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий.
5. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).
6. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы.
7. Анализаторы логов: WebTrends, Webalizer, AWStats.
8. Счетчики-рейтинги: Rambler's Top100, Liveinternet, Рейтинг@Mail.ru, OpenStat, HotLog.
9. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Woorga.
10. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице. SpyBOX.
11. Диспетчер тегов. Google Tag Manager.
12. Системы интернет-статистики: Piwik, Яндекс.Метрика.
13. Системы интернет-статистики: Google Analytics

#### **4.1.6 Список тем для рефератов**

В соответствии с программой курса рефераты не предусмотрены.

#### **4.1.7 Примеры ситуационных задач**

#### **4.1.8 Проектные задания**

Защита проекта происходит в виде презентации на соответствующем практическом занятии. Каждый проект реализуется группой по 3-4 человека с распределением сфер ответственности между членами группы.

### **4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

#### **Вопросы для подготовки к зачету**

14. Информационная сеть ARPANET - причины появления и функции сети.
15. Развитие протоколов TCP/IP, IRC. Появление DNS.
16. Протокол HTTP, FTP и язык HTML.
17. Развитие World Wide Web.
18. Появление мессенджеров и социальных сетей.
19. Современное состояние и тенденции развития Информационно-коммуникационной сети Интернет.

20. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели.
21. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика.
22. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга.
23. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий.
24. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).
25. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы.
26. Анализаторы логов: WebTrends, Webalizer, AWStats.
27. Счетчики-рейтинги: Rambler's Top100, Liveinternet, Рейтинг@Mail.ru, OpenStat, HotLog.
28. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Woopra.
29. Системы интернет-аналитики с детализацией поведения посетителя на странице. SpyBOX.
30. Диспетчер тегов. Google Tag Manager.
31. Системы интернет-статистики: Piwik, Яндекс.Метрика.
32. Системы интернет-статистики: Google Analytics
33. Базовые запросы.
34. Генерация новых признаков и очистка данных.
35. Агрегатные функции.
36. Объединение таблиц.
37. Подзапросы и WITH.
38. Оконные функции.
39. Создание, изменение, удаление данных в таблице, создание индексов.
40. Временные таблицы.
41. Основы оптимизации

42. Функционал Excel. Оценка эффективности CPC рекламы в Excel: расчет метрик, применение базовых функций и формул.
43. Оценка эффективности CPC рекламы в Excel: расчет метрик, применение продвинутых функций и формул.
44. RFM-анализ и когортный анализ в Excel: расчет метрик, применение базовых функций и формул.
45. RFM-анализ и когортный анализ в Excel: расчет метрик, применение продвинутых функций и формул, визуализация.
46. Анализ SEO-датасета: расчет метрик, прогнозирование.
47. Семантический анализ отзывов: расчет метрик, применение продвинутых функций и формул.
48. Python Quick Start, переменные и типы данных.
49. Python: Работа со списками и словарями.
50. Python: Циклы, функции.
51. Python: Библиотеки: стандартные, pandas.
52. Python: Выбор и настройка визуализаций.
53. Python: Статистика и A/B-тесты.
54. Python: Подключение к API.
55. Python: Запросы к удаленным базам данных.
56. Python: Прогнозирование, введение в ML библиотеки.

## Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Критерии оценивания по экзамену
Высокий уровень «5» (отлично)	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо)	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

– в печатной форме увеличенным шрифтом,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

– в печатной форме,

– в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

## **5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).**

### **5.1 Основная литература**

Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2018. – 288 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). – [www.dx.doi.org/10.12737/1450](http://www.dx.doi.org/10.12737/1450). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/915555>

Бизнес-аналитика средствами Excel : учеб. пособие / Я.Л. Гобарева, О.Ю. Городецкая, А.В. Золотарюк. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2018. – 350 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/854421>

Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин / под ред. Л.Г. Гагариной. – М. : ИД 'ФОРУМ' : ИНФРА-М, 2017. – 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. – (Профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/894969>

Катаев, А. В. Интернет-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая

академия. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 154 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-2673-4. – Текст : электронный.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах

1. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE"
2. Электронная библиотечная система издательства "Лань"
3. Электронная библиотечная система "Юрайт"
4. Электронная библиотечная система "ZNANIUM.COM"

## 5.2 Дополнительная литература

Кошик А. Веб-аналитика 2.0 на практике = Web analytics 2.0 the art of online accountability & science of customer centricity : тонкости и лучшие методики / А. Кошик ; [пер. с англ. Ю. И. Корниенко ; под ред. Ю. Н. Артеменко]. - Москва [и др.] : Диалектика : [Вильямс], 2014. - 526 с. : ил. + 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). - ISBN 9785845916679. - ISBN 9780470529393 : 567.12 Экземпляры: 2

Кажарнович, В. Ф. SEO на результат: простые и понятные методы продвижения в интернете : практическое руководство / В. Ф. Кажарнович. - Санкт-Петербург : Питер, 2017. - 320 с. - ISBN 978-5-496-02520-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1789480> (дата обращения: 12.08.2021). – Режим доступа: по подписке.

Щербаков, А. Интернет-аналитика: поиск и оценка информации в web-ресурсах / А. Щербаков. – Москва : Книжный мир, 2012. – 78 с. – Режим

доступа: по подписке. –  
URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89693> (дата обращения: 12.08.2021). – ISBN 978-5-8041-0569-4. – Текст : электронный.

Тероу Ш. Видимость в Интернете : поисковая оптимизация сайтов / Ш. Тероу ; [пер. с англ. В. Петрова, Т. Яковлевой]. - 2-е изд. - СПб. ; М. : Символ-Плюс, 2009. - 285 с. : ил. - (Бизнес XXI века). - ISBN 9785932861417. - ISBN 9780321503244 : 122 p.

### **5.3. Периодические издания**

1. Журналы: «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетинг и маркетинговые исследования», «Маркетолог», «Практический маркетинг», «Секрет фирмы», «Компания», «Индустрия рекламы», «Рекламный мир», «Маркетинг в России и за рубежом» (<http://www.mavtiz.ru/>) и др. электронные периодические издания, с указанием адреса сайта электронной версии журнала, из баз данных, доступ к которым имеет КубГУ:

1. Базы данных компании «Ист Вью»<http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU  
<https://grebennikon.ru/>

### **5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

#### **Электронно-библиотечные системы (ЭБС):**

1. ЭБС «ЮРАЙТ»<https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН»  
[www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» [www.znanium.com](http://www.znanium.com)
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

### **Профессиональные базы данных:**

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда
10. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
11. Springer Journals <https://link.springer.com/>
12. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
13. Springer Nature Protocols and Methods
14. <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
15. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
16. zbMath <https://zbmath.org/>
17. Nano Database <https://nano.nature.com/>
18. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
- 19.
20. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
21. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

### **Информационные справочные системы:**

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

### **Ресурсы свободного доступа:**

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>

2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка(<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование"<http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"<http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов<http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском"<https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык"<http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей<http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии<http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба"<http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы[http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy\\_i\\_otvety](http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety)

### **Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:**

1. Среда модульного динамического обучения<http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий<http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ<http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Программа дисциплины включает лекционный материал, практические занятия и задания к самостоятельной работе. В самостоятельную работу студента входит освоение теоретического материала с использованием лекций и рекомендованной литературы, подготовка эссе, рефератов, выполнение практических и тестовых заданий.

### **Форма итогового контроля – зачет.**

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях. Цели практических занятий:

- расширение и углубление знаний по важнейшим проблемам курса;
- закрепление знаний и умения излагать сущность анализируемых мирохозяйственных явлений и процессов;
- формирование навыков аналитической работы.

Все это позволит студенту приобрести навыки профессионального мастерства, выработать свое собственное отношение к происходящим процессам в процессе организации и проектировании предприятий торговли сферы услуг, самостоятельно подбирать информационные источники, формулировать рекомендации относительно возможных сценариев динамики коммерческих процессов и управления предприятием.

Практические занятия шлифуют профессиональное мастерство, дают возможность правильно формулировать ответы на вопросы, свободно изъясняться при помощи экономической лексики, тренироваться в публичных выступлениях, чувствовать себя уверенно в дискуссиях.

Практические занятия позволяют обобщить изученный материал, получить результат анализируемой ситуации, решить задачу или разобраться в экономической ситуации, модели.

Оценочные средства для контроля успеваемости и результатов освоения учебной дисциплины

***а) для текущей успеваемости:***

- вопросы для подготовки к практическим занятиям (прилагаются)
- темы для подготовки рефератов и эссе (прилагаются);
- тестовые задания (прилагаются);
- вопросы для дискуссий (прилагаются)

***б) для промежуточной аттестации:***

- вопросы для подготовки к экзамену (прилагаются).

Основным видом изучения курса «Организация, технология и проектирование предприятий» является самостоятельная работа студентов с учебной, научной и другой рекомендуемой преподавателем литературой.

**Цель самостоятельной работы:**

- систематизация и закрепления получения теоретических знаний и умений;
- формирования умений использовать нормативную и правовую, справочную и специальную литературу;
- развития познавательных способностей и активности студентов;
- формирования самостоятельного мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию;
- формирования убежденности, способности реализовать себя.

Самостоятельная работа студентов в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- изучение материалов периодической печати, Интернет-ресурсов;
- выполнение эссе, рефератов;
- индивидуальные и групповые консультации.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

## **7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

### **7.1 Перечень информационных технологий и необходимого программного обеспечения**

При проведении занятий лекционного типа используется технология мультимедиапрезентаций, включающая текстовые, графические материалы и видеоматериалы по курсу. При проведении занятий по дисциплине используется следующее лицензионное программное обеспечение:

Microsoft Windows 8, 10 (Операционная система, Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

1. Среда Модульного Динамического Обучения КубГУ <http://moodle.kubsu.ru>

2. Электронная библиотека КубГУ <http://212.192.134.46/MegaPro/Web>

<https://openedu.kubsu.ru/ОСМДО КубГУ>

<https://www.kaggle.com> публичная веб-платформа Kaggle

## **7.2 Перечень информационных справочных и электронных библиотечных систем, доступных студентам КубГУ для изучения дисциплины**

1. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия). Режим доступа <http://uisrussia.msu.ru/>

2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru/>)

3. Электронная библиотечная система "Университетская библиотека ONLINE". Режим доступа <http://www.biblioclub.ru/> . Доступна версия сайта для слабовидящих. 4. Электронная библиотечная система BOOK.ru. Режим доступа <http://www.book.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих

5. Электронная библиотечная система Издательства «Юрайт». Режим доступа <http://www.biblio-online.ru/>. Доступна версия сайта для слабовидящих.

6. Электронная библиотечная система Издательства «Лань». Режим доступа <http://e.lanbook.com/> . Доступна версия сайта для слабовидящих.

7. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда. Режим доступа <http://lib.myilibrary.com>

## **8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)**

По всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины используются аудитории, кабинеты и лаборатории, оснащенные необходимым специализированным и лабораторным оборудованием.

Наименование	специальных	Оснащенность	специальных	Перечень	лицензионного
--------------	-------------	--------------	-------------	----------	---------------

помещений	помещений	программного обеспечения
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, ноутбук	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Учебные аудитории для проведения лабораторных работ  Лаборатория информационных и управляющих систем 201Н Лаборатория экономической информатики 202Н  Лаборатория управления в технических системах 207Н  Лаборатория организационно-технологического обеспечения торговой и маркетинговой деятельности 201А  Лаборатория экономики и управления 212Н  Лаборатория безопасности жизнедеятельности 105А	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютеры, ноутбуки Оборудование: ПК, Терминальные станции, Усилитель автономный беспроводной  Типовой комплект учебного оборудования "Теория автоматического управления", Презентации и плакаты Усилитель автономный беспроводной с микрофоном  Панель интерактивная, Конференц-система, Микшер-усилитель, Подавитель акустической обратной связи, Настенный громкоговоритель, Радиосистема, Микрофон на гибком держателе, Моноблок НР, Документ-камера, Беспроводная точка доступа, Система видеоотображения, ЖК панель, Сплитер, Мультимедийная трибуна лектор, Система видеоконференцсвязи, Плакаты  Презентации и плакаты, Многофункциональный видео детектор банкнот и ценных бумаг, Счетчики банкнот, Инфракрасный детектор банкнот и ценных бумаг, Универсальный детектор банкнот и ценных бумаг, Детектор подлинности банкнот, Ящик денежный, Планшетный импринтер, Усилитель автономный беспроводной  Лабораторные стенды, Типовой комплект учебного оборудования, Стенды-тренажеры, Стенд-планшет, Тренажерный комплекс по	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С: Предприятие 8 SPSS Statistics  Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus  Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus 1С:Предприятие 8  Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus  Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	применению первичных средств пожаротушения, Комплекс – тренажер по оказанию первой доврачебной помощи, Робот-тренажер, Комплект плакатов, Комплект демонстрационных пособий, Комплект аудиовизуальных пособий	
Учебные аудитории для курсового проектирования (выполнения курсовых работ)	Мебель: учебная мебель Технические средства обучения: экран, проектор, компьютер	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.213 А, 218 А)	Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по	Microsoft Windows 8, 10, Microsoft Office Professional Plus

	технологии Wi-Fi)	
--	-------------------	--