

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.В.08 Рыночные исследования и веб-аналитика»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.04.06 Торговое дело

Направленность (профиль) Торговые и маркетинговые стратегии в цифровой среде

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: 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..

Задачи дисциплины:

- 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.

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».

Требования к уровню освоения дисциплины

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 продвижения проекта и формирование стратегии продвижения 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

Код и наименование индикатора*достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие))
	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

2.2 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			Самостоятельная 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				

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
	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

Курсовые работы: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор

А.В. Омеляненко