

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 07.08.2024 13:09:18

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом Университета
(протокол № 10 от 30 мая 2024 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.В.15 Веб-аналитика
Основная профессиональная образовательная программа	38.03.02 Менеджмент программа Цифровой маркетинг

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Веб-аналитика входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Консультационный проект, Инструменты маркетинга, Промышленный маркетинг, Омниканальные продажи, Международный маркетинг, Управление рисками

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Веб-аналитика в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен прогнозировать сбыт продукции и развитие рынка, формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:
	подходы к прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка, способы формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, а также продвижения продукции	формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения	методами прогнозирования сбыта продукции и развития рынка, формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследованию каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	17.85/0.5
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

очно-заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 9
Контактная работа, в том числе:	4.15/0.12
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	49.85/1.38
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации: Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	72
Зачетные единицы	2

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Веб-аналитика представлен в таблице.

**Разделы, темы дисциплины и виды занятий
Заочная форма обучения**

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Основы веб-аналитики	9	9			8,925	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
2.	Бизнес веб-аналитика	9	9			8,925	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
	Контроль	18					
	Итого	18	18	0.15		17.85	

очно-заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Практич. занятия				
1.	Основы веб-аналитики	1	1			24,925	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
2.	Бизнес веб-аналитика	1	1			24,925	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
	Контроль	18					
	Итого	2	2	0.15		49.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Основы веб-аналитики	лекция	Понятие и сущность веб-аналитики
		лекция	Виды веб-аналитики, показатели
		лекция	Организация массовых данных и алгоритмы выявления выбросов
		лекция	Анализ вариации и корреляции
2.	Бизнес веб-аналитика	лекция	Выборка. Проверка гипотез
		лекция	Анализ рядов динамики

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Основы веб-аналитики	практическое занятие	Понятие и сущность веб-аналитики
		практическое занятие	Виды веб-аналитики, показатели
		практическое занятие	Организация массовых данных и алгоритмы выявления выбросов
		практическое занятие	Анализ вариации и корреляции
2.	Бизнес веб-аналитика	практическое занятие	Выборка. Проверка гипотез
		практическое занятие	Анализ рядов динамики

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Основы бизнес-аналитики	- тестирование
2.	Бизнес веб-аналитика	- тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Бизнес-статистика : учебник и практикум для вузов / И. И. Елисеева [и др.] ; под редакцией И. И. Елисеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14822-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537150>

Дополнительная литература

1. Гендина, Н. И. Информационная культура личности в 2 ч. Часть 1 : учебное пособие для вузов / Н. И. Гендина, Е. В. Косолапова, Л. Н. Рябцева ; под научной редакцией Н. И.

Гендиной. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 356 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14328-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496984>

Гендина, Н. И. Информационная культура личности в 2 ч. Часть 2 : учебное пособие для вузов / Н. И. Гендина, Е. В. Косолапова, Л. Н. Рябцева ; под научной редакцией Н. И. Гендиной. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 308 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14419-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497004>

Литература для самостоятельного изучения

1.

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)
3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
4. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ

Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Веб-аналитика:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	-
	Устный/письменный опрос	-
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен прогнозировать сбыт продукции и развитие рынка, формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	подходы к прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка, способы формирования предложений по совершенствованию	формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов	методами прогнозирования сбыта продукции и развития рынка, формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж,

	систем сбыта и продаж, а также продвижения продукции	реализации продвижения	исследованию каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения
Пороговый	подходы к прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка	формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	методами прогнозирования сбыта продукции и развития рынка
Стандартный (в дополнение к пороговому)	подходы к прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка, способы формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж	формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов	методами прогнозирования сбыта продукции и развития рынка, формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	подходы к прогнозированию сбыта продукции и развитию рынка, способы формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, а также продвижения продукции	формировать предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследовать каналы продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения	методами прогнозирования сбыта продукции и развития рынка, формирования предложений по совершенствованию систем сбыта и продаж, исследованию каналов продвижения конкурентов и бюджетов реализации продвижения

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Основы веб-аналитики	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тестирование	Зачет
2.	Бизнес веб-аналитика	ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Тестирование	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

укажите задания

<https://lms2.sseu.ru/course/view.php?id=23415>

Какому из перечисленных методов формирования бюджета на рекламную кампанию в большей степени соответствует следующая характеристика: «формирование бюджета происходит путем пересмотра бюджета за предыдущий период и его корректировки в соответствии с изменением условий»

-Метод «от наличных средств»

-Метод «в процентах к сумме продаж»

-Метод конкурентного паритета

-Метод «исходя из целей и задач»

- Эмпирический метод
- Исторический метод
- Метод «долевого участия»

Какому из перечисленных методов формирования бюджета на рекламную кампанию в большей степени соответствует следующая характеристика: «формирование бюджета рекламной кампании основывается на уровне соответствующих затрат конкурентов»

- Метод «от наличных средств»
- Метод «в процентах к сумме продаж»
- Метод конкурентного паритета
- Метод «исходя из целей и задач»
- Эмпирический метод
- Исторический метод
- Метод «долевого участия»

Какому из перечисленных методов формирования бюджета на рекламную кампанию в большей степени соответствует следующая характеристика: «формирование бюджета рекламной кампании заключается в рассмотрении каждой поставленной задачи рекламной кампании и определении затрат, необходимых для ее выполнения»

- Метод «от наличных средств»
- Метод «в процентах к сумме продаж»
- Метод конкурентного паритета
- Метод «исходя из целей и задач»
- Эмпирический метод
- Исторический метод
- Метод «долевого участия»

Какому из перечисленных методов формирования бюджета на рекламную кампанию в большей степени соответствует следующая характеристика: «формирование бюджета рекламной кампании осуществляется экспериментальным путем»

- Метод «от наличных средств»
- Метод «в процентах к сумме продаж»
- Метод конкурентного паритета
- Метод «исходя из целей и задач»
- Эмпирический метод
- Исторический метод
- Метод «долевого участия»

Какому из перечисленных методов формирования бюджета на рекламную кампанию в большей степени соответствует следующая характеристика: «формирование бюджета рекламной кампании осуществляется на основе соотношения между рыночной долей и долевым участием в отраслевом продвижении продукции»

- Метод «от наличных средств»
- Метод «в процентах к сумме продаж»
- Метод конкурентного паритета
- Метод «исходя из целей и задач»
- Эмпирический метод
- Исторический метод
- Метод «долевого участия»

Какие недостатки относятся к методу формирования бюджета «от наличных средств»

- Полностью игнорирует влияние рекламы на объем сбыта
- Отсутствует перспективное планирование
- Игнорируется деятельность конкурентов
- Все варианты

Какие преимущества относятся к методу формирования бюджета на рекламу «в процентах к

сумме продаж»

- Учитывается деятельность конкурентов
- Учитываются планирование развития предприятия-рекламодателя
- +Нет правильного варианта ответа

Какие преимущества **не** относятся к методу формирования бюджета на рекламу «Метод конкурентного паритета»

- Учитывается причинно-следственная связь между маркетинговым продвижением и сбытом
- Учитывается деятельность конкурентов
- Нет правильного варианта ответа

Какие преимущества **не** относятся к методу формирования бюджета на рекламу «исходя из целей и задач»

- Учитывается причинно-следственная связь между маркетинговым продвижением и сбытом
- Учитывается деятельность конкурентов
- Учитываются цели развития предприятия-рекламодателя
- Нет правильного варианта ответа

Какие преимущества **не** относятся к эмпирическому методу формирования бюджета на рекламу

- Учитывается причинно-следственная связь между маркетинговым продвижением и сбытом
- Учитывается деятельность конкурентов
- Учитываются цели развития предприятия-рекламодателя
- Все вышеуказанные варианты

Какие преимущества **не** относятся к историческому методу формирования бюджета на рекламу

- Учитывается причинно-следственная связь между маркетинговым продвижением и сбытом
- Учитывается деятельность конкурентов
- Учитываются цели развития предприятия-рекламодателя
- Все вышеуказанные варианты

Какие преимущества **не** относятся к методу «долевого участия» формирования бюджета на рекламу

- Учитывается причинно-следственная связь между маркетинговым продвижением и сбытом
- Учитывается деятельность конкурентов
- Учитываются цели развития предприятия-рекламодателя
- Все вышеуказанные варианты

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы
Основы веб-аналитики	Понятие и сущность веб-аналитики Метрики и KPI интернет маркетинга Сплит-тестирование Организация массовых данных и алгоритмы выявления выбросов SEO-аналитика Сквозная аналитика веб-аналитика Внешняя веб-аналитика Локальная веб-аналитика Технический аудит Коммерческий аудит Система аналитики Google Analytics Система аналитики Яндекс.Метрика
Бизнес веб-аналитика	Анализ вариации Измерение тесноты связи Уравнение множественной регрессии Применение выборочного метода

	Проверка гипотез Анализ рядов динамики Определение временного ряда Методы выявления тенденции Выявление и измерение сезонных колебаний
--	--

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Основы веб-аналитики	Понятие и сущность веб-аналитики Метрики и KPI интернет маркетинга Сплит-тестирование Организация массовых данных и алгоритмы выявления выбросов SEO-аналитика Сквозная аналитика веб-аналитика Внешняя веб-аналитика Локальная веб-аналитика Технический аудит Коммерческий аудит Система аналитики Google Analytics Система аналитики Яндекс.Метрика
Бизнес веб-аналитика	Анализ вариации Измерение тесноты связи Уравнение множественной регрессии Применение выборочного метода Проверка гипотез Анализ рядов динамики Определение временного ряда Методы выявления тенденции Выявление и измерение сезонных колебаний

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК-3
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне