

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет
им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)**

Образовательно-научный институт экономики и управления (ИНЭУ)

(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института:

_____ С.Н. Митяков
подпись ФИО

«26» января 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1. В.ОД.11 Web-аналитика и маркетинг

для подготовки бакалавров

Направление подготовки: 27.03.03. Системный анализ и управление

Направленность: Цифровая аналитика

Форма обучения: очная

Год начала подготовки 2026

Выпускающая кафедра: Цифровая экономика (ЦЭ)

Кафедра разработчик ЦЭ

Объем дисциплины 108/3

Промежуточная аттестация: зачет с оценкой

Разработчик: Болоничева Т.В., доцент

Нижний Новгород, 2026

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 27.03.03. Системный анализ и управление, утвержденного приказом МИНОБР-НАУКИ РОССИИ от 07 августа 2020 года № 902 на основании учебного плана принятого УМС НГТУ

протокол от 16.12.2025 № 24

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры протокол от 26.01.2026 №1

Зав. кафедрой д.ф.-м.н, профессор _____ С.Н. Митяков
(подпись)

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, Протокол от 26.01.2026 №1

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 27.03.03-я-37

Начальник МО _____ /

Заведующая отделом комплектования НТБ _____

Рецензент: д.э.н., зав.кафедрой «Менеджмент» Мурашова Н.А.

(ФИО, ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

«_26.01.2026»_

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1.1. Цель освоения дисциплины	4
1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля)	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам.....	7
4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам	9
5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	11
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. Учебная литература, печатные издания библиотечного фонда	13
6.2. Справочно-библиографическая литература	14
6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям	14
7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	14
7.1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины (модуля)	14
7.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	15
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ	15
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16
10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	16
10.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии	16
10.2. Методические указания для занятий лекционного типа	16
10.3. Методические указания по освоению дисциплины на практических занятиях	17
10.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающегося	17
11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ	18
11.2. Типовые вопросы для промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой...	19
11.3. Типовые задания для текущего контроля	20
ПРИЛОЖЕНИЕ	22
Лист актуализации	24

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целями освоения дисциплины являются:

Целью освоения дисциплины является изучение основных теоретических вопросов web-аналитики и маркетинга и приобретения навыков их применения.

1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля):

- Сбор, обработка, анализ и обобщение передового отечественного и международного опыта в соответствующей области исследований,
- Проведение маркетинговых исследований научно-технической информации
- Подготовка предложений для составления планов и методических программ исследований и разработок, практических рекомендаций по исполнению их результатов

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина Б1.В.ОД.11 «Web-аналитика и маркетинг» включена в обязательный перечень дисциплин вариативной части образовательной программы. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП, по направлению подготовки 27.03.03. Системный анализ и управление.

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: Современные технологии научных исследований.

Дисциплина «Web-аналитика и маркетинг» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: Статистика, Ознакомительная практика, Особенности управления рисками в научных исследованиях, Антикризисное управление, Научно-исследовательская практика, Интеллектуальные технологии и представление знаний, Научно-исследовательская работа, Оценка эффективности научно-технических разработок, Организация эксперимента и обработка экспериментальных данных, Преддипломная практика, выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Рабочая программа дисциплины «Web-аналитика и маркетинг» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Процесс изучения дисциплины (модуля) направлен на формирование элементов следующих общепрофессиональных компетенций в соответствии с ОПОП ВО по направлению 27.03.03. Системный анализ и управление:

ПК-2 Способен разрабатывать программы исследований, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты

Формирование указанных компетенций размещено в таблице 1.

Таблица 1 - Формирование компетенций дисциплинами

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры формирования дисциплины							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-2								
Современные технологии научных исследований								
Web-аналитика и маркетинг								
Статистика								
Ознакомительная практика								
Особенности управления рисками в научных исследованиях								
Антикризисное управление								
Научно-исследовательская практика								
Интеллектуальные технологии и представление знаний								
Научно-исследовательская работа								
Оценка эффективности научно-технических разработок								
Организация эксперимента и обработка экспериментальных данных								
Преддипломная практика								
Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								

3.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (ОП)

Таблица 2 - Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине			Код ПС и ТФ	Оценочные средства	
						Текущего контроля	Промежуточной аттестации
ПК-2 Способен разрабатывать программы исследований, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	ИПК-2.1 Обобщает и критически оценивает результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями в соответствующей области знаний	Знать: -основы web-аналитики и маркетинговых исследований	Уметь: - обобщать научно-исследовательскую информацию, представлять полученные результаты, используя технологии web-аналитики и маркетинговых исследований	Владеть: - навыками критической оценки результатов, полученных отечественными и зарубежными исследователями, используя технологии web-аналитики и маркетинговых исследований	А/01.5 (40.011) Специалист по научно-исследовательским и опытно-конструкторским разработкам	Дискуссия, коллоквиум, ситуационные задачи по темам курса, тесты по разделам	Вопросы для устного собеседования (43 вопроса)
	ИПК-2.3 Проводит самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой и представляет результаты проведенного исследования	Знать: - основные способы проведения самостоятельных исследований и представления результатов web-аналитики и маркетинговых исследований и разработок	Уметь: - проводить самостоятельных исследований и представления результатов web-аналитики и маркетинговых исследований, и разработок	Владеть: - навыками проведения самостоятельных исследований и представления результатов web-аналитики и маркетинговых исследований и разработок		Дискуссия, коллоквиум, ситуационные задачи по темам курса, тесты по разделам	Вопросы для устного собеседования (43 вопроса)

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. 144 часов, распределение часов по видам работ и семестрам представлено в таблице 3.

Таблица 3 – Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		2 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	108	108
1. Контактная работа:	55	55
1.1. Аудиторная работа, в том числе:	51	51
занятия лекционного типа (Л)	34	34
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	17	17
лабораторные работы (ЛР)		
1.2. Внеаудиторная, в том числе	4	4
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	4	4
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	53	53
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	53	53
Подготовка к зачёту (контроль)	-	-

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4 - Содержание дисциплины, структурированное по темам

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
2 семестр								
ПК-2	Раздел 1. Инструменты Интернет-маркетинга							
	Тема 1.1. Виды рекламы и рынка. Основы контекстной рекламы.	1		2	3	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.1] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.1]	Дискуссия	
	Тема 1.2. Основы таргетированной рекламы и социальные сети. Виды рекламы и рынка.	2		4	5	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.3]	Дискуссия, индивидуальные задания по темам курса	
	Тема 1.3. Основы медийной и видео рекламы. Основы SEO. Основы аналитики.	2		4	5	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.5], самостоятельной работе учебного пособия [6.1.5]	Коллоквиум, тест по разделу 1	
	Итого по 1 разделу	5		10	13			
ПК-2	Раздел 2. Стратегия присутствия компании в Интернете							

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия				
Тема 2.1. Задачи бизнеса в Интернете Сайты для бизнеса.	1		2	5	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.5] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.5]	индивидуальные задания по темам курса		
Тема 2.2. Анализ и сегментация целевой аудитории.	1		4	5	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.2], практическим занятиям учебного пособия [6.1.2] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.2]	индивидуальные задания по темам курса		
Тема 2.3. Анализ конкурентов.	2		4	5	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.4] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.4]	Дискуссия		
Тема 2.4. Маркетинг в социальных медиа.	1		4	5	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.3]	Коллоквиум, тест по разделу 2		
Итого по 2 разделу	5		14	20				
ПК-2	Раздел 3. Электронная коммерция и контент-маркетинг							
Тема 3.1. Рынок электронной коммерции в России и за рубежом	2		2	5	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.3]	Дискуссия		
Тема 3.2. Поведение потребителей в Интернете. Анализ интернет-магазинов и приложений	2		4	5	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.5] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.5]	Коллоквиум		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)			
		Лекции	Лабораторн ые работы	Практическ ие занятия				
	Тема 3.3. Роль контент-маркетинга в продвижении. Коммуникационная стратегия продвижения в социальных сетях	3		4	10	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3], практическим занятиям и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.3]	индивидуальные задания по темам курса, тест по разделу 3	
	Итого по 3 разделу	7		10	20			
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	17		34	53			
	ИТОГО по дисциплине	17		34	53			

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

Для осуществления текущего контроля знаний обучающихся сформулированы теоретические вопросы по темам лабораторных работ и примеры заданий для домашних и контрольных работ.

Типовые задания для текущего контроля усвоения знаний, умений и навыков представлены в оценочных материалах по дисциплине «Web-аналитика и маркетинг», которые хранятся на кафедре «Цифровая экономика».

Раздел	Вид текущего контроля	Оценочные материалы
Раздел 1	Дискуссия	4 вопроса
	Тест по разделу 1	Тест
	Коллоквиум	3 вопроса
	Индивидуальные задания по темам курса	Ситуационная задача (вопрос 1,2)
Раздел 2	Индивидуальные задания по темам курса	Ситуационная задача (вопрос 3,4)
	Дискуссия	3 вопроса
	Коллоквиум	3 вопроса
	Тест по разделу 2	Тест
Раздел 3	Дискуссия	3 вопроса
	Коллоквиум	3 вопроса
	Индивидуальные задания по темам курса	Ситуационная задача (вопрос 5,6)
	Тест по разделу 3	Тест

5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	Экзамен/ Зачет с оценкой	Зачет
$40 < R \leq 50$	Отлично	зачет
$30 < R \leq 40$	Хорошо	
$20 < R \leq 30$	Удовлетворительно	
$0 < R \leq 20$	Неудовлетворительно	незачет

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Таблица 6 - Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
		Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» 0-59% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» 60-74% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «хорошо» / «зачтено» 75-89% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «отлично» / «зачтено» 90-100% от max рейтинговой оценки контроля
ПК-2 Способен разрабатывать программы исследований, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	ИПК-2.1 Обобщает и критически оценивает результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями в соответствующей области знаний	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании
	ИПК-2.3 Проводит самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой и представляет результаты проведенного исследования	Не способен грамотно и логически верно излагать, и использовать теоретический материал. Не способен определять причинно-следственные связи. Не может ответить на уточняющие вопросы преподавателя.	Способен анализировать изученный теоретический материал, однако допускает значительные ошибки. Не способен ответить на уточняющие вопросы. Испытывает затруднения при определении причинно-следственных связей.	Способен анализировать изученный теоретический материал, но допускает незначительные ошибки. Отвечает на уточняющие вопросы неполно/некорректно.	Имеет глубокие знания всего материала дисциплины; изложение полученных знаний полное, системное; допускаются единичные ошибки, самостоятельно исправляемые при собеседовании

Таблица 7 – Критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично) – «зачет»	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) – «зачет»	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) – «зачет»	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) – «незачет»	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

6.1.1 Выгодчикова, И. К. Управленческие решения в организации : оценка эффективности и рейтинговые модели : монография / И. Ю. Выгодчикова, А. И. Бородин, Н. Н. Наточеева. - Москва : Дашков и К, 2023. - 165 с. - ISBN 978-5-394-05615-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394056154.html> (дата обращения: 07.05.2025).

6.1.2 Старков, А. Н. Интернет-маркетинг и реклама : учебное пособие / А. Н. Старков, Е. В. Сторожева. - 2-е изд. , стер. - Москва : ФЛИНТА, 2023. - 64 с. - ISBN 978-5-9765-3698-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976536982.html> (дата обращения: 07.05.2025).

6.1.3 Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник / Д. А. Шевченко. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2022. - 185 с. - ISBN 978-5-4499-3059-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785449930590.html> (дата обращения: 07.05.2025).

6.1.4 Шевченко, Д. А. Маркетинговый анализ : учебник / Д. А. Шевченко. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2022. - 220 с. - ISBN 978-5-4499-3164-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785449931641.html> (дата обращения: 07.05.2025)..

6.1.5 Сяглова, Ю. В. Управление бизнесом в условиях цифровой экономики : учебник для вузов / Ю. В. Сяглова, Т. П. Маслевич, Н. Б. Сафронова. - Москва : Дашков и К, 2024. - 320 с. - ISBN 978-5-394-05804-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394058042.html> (дата обращения: 07.05.2025).

6.2 Справочно-библиографическая литература

6.2.1 Маркетинг : большой толковый словарь Александра Панкрухина / коллектив авторов; под общ. ред. И. С. Березина, С. В. Карповой, Н. Р. Коро и др. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2024. - 520 с. - ISBN 978-5-394-05877-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394058776.html> (дата обращения: 07.05.2025).

6.2.2. Бурков, В. Ю. Инструменты рекламы и маркетинга для малого и среднего бизнеса : учебник / В. Ю. Бурков. - Москва : Прометей, 2024. - 212 с. - ISBN 978-5-00172-704-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785001727040.html> (дата обращения: 07.05.2025).

6.2.3. Вартамян, Аревшад А. Оценка эффективности информационных технологий / Аревшад А. Вартамян, Файзуллин Р. В. , Артур А. Вартамян. - Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2024. - 304 с. - ISBN 978-5-91359-582-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785913595829.html> (дата обращения: 07.05.2025).

6.3. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Методические указания и рекомендации по проведению конкретных видов учебных занятий по дисциплине «Web-аналитика и маркетинг» находятся на кафедре «Цифровая экономика».

6.3.1. Методические рекомендации по организации аудиторной работы по дисциплине «Web-аналитика и маркетинг».

6.3.2. Методические рекомендации по организации и планированию практических занятия по дисциплине «Web-аналитика и маркетинг».

6.3.3. Методические рекомендации по организации и планированию самостоятельной работы по дисциплине «Web-аналитика и маркетинг».

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

7.1. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Научная электронная библиотека E-LIBRARY.ru. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

2. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru/> - Загл. с экрана.

3. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. – Загл. с экрана.

4. Открытое образование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://openedu.ru/>. - Загл с экрана.

5. Polpred.com. Обзор СМИ. Полнотекстовая, многоотраслевая база данных (БД) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://polpred.com/>. – Загл. с экрана.

6. Базы данных Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ РАН) по естественным, точным и техническим наукам [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.viniti.ru>. – Загл. с экрана.
7. Университетская информационная система Россия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/>. – Загл. с экрана.
8. Научно-техническая библиотека НГТУ <http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/bibl.html>. Электронные библиотечные системы. Электронный каталог книг <http://library.nntu.nnov.ru/>.
9. Электронный каталог периодических изданий <http://library.nntu.nnov.ru/>
10. Гости Нормы, правила, стандарты и законодательство России <http://www.nntu.ru/RUS/biblioteka/resyrs/norma.htm>.

7.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Таблица 8 – Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка, по которой осуществляется доступ к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Юрайт	https://biblio-online.ru/
4	TNT-ebook	https://www.tnt-ebook.ru/

В таблице 10 указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Таблица 9 - Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	2	3
1	База данных стандартов и регламентов РОССТАНДАРТ	https://www.gost.ru/portal/gost/home/standarts
2	Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем	https://cyberpedia.su/21x47c0.html

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице 10 указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе

«Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации» <https://www.ntu.ru/sveden/accenv/>

На сайте НГТУ размещены в формате PDF материалы, разработанные по курсу «Основы теории цепей».

Таблица 10 - Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для контактной и самостоятельной работы обучающихся выделены помещения, оснащённые компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации:

- специализированная аудитория 6421 с проектором и доступом в Интернет для проведения лекций, семинаров самостоятельной работы и презентаций.

Наименование оборудованного учебного кабинета	Оснащенность оборудованного учебного кабинета	Программное обеспечение
Мультимедийная аудитория № 6421 учебно-лабораторного корпуса № 6	1. Доска меловая – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор Epson X12 – 1 шт. 5. Компьютер PC MB Asus на чипсете Nvidia/AMDAthlonXII CPU 2.8Ggz/ RAM 4 Ggb/SVGASandartGraphics +Ge-FORCE Nvidia GT210/HDD 250Ggb,SATAinterface, монитор 19”, с выходом на проектор. 6. Рабочее место студента - 74 7. Рабочее место для преподавателя – 1 шт.	1. Windows 7 32 bit корпоративная; VL 49477S2 2. Adobe Acrobat Reader DC-Russian (беспл.) 3. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 4. Dr.Web (с/н ZNFC-CR5D-5U3U-JKGP от 20.05.2024)

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

10.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

— балльно-рейтинговая технология оценивания;

— разбор конкретных ситуаций.

При преподавании дисциплины «Web-аналитика и маркетинг», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта, Контур.

Иницируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой с учетом текущей успеваемости.

Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

Методические указания для занятий лекционного типа, по освоению дисциплины на практических занятиях и по самостоятельной работе находятся в оценочных материалах по дисциплине «Web-аналитика и маркетинг», которые хранятся на кафедре «Цифровая экономика».

10.2. Методические указания для занятий лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4) . Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

10.3. Методические указания по освоению дисциплины на практических занятиях

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков решения задач;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

10.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 6.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 11). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Развернутые методические указания по всем видам работы студента находятся на кафедре «ЦЭ».

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости

Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится **комплексная оценка знаний**, включающая:

- обсуждение теоретических вопросов (коллоквиум, дискуссия);
- решение ситуационных задач;
- тестирование,
- зачет с оценкой.

Типовые задания по каждому виду текущего контроля представлены в оценочных материалах по дисциплине «Web-аналитика и маркетинг», которые хранятся на кафедре «Цифровая экономика».

11.1. Типовые вопросы для промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой

Промежуточный контроль знаний осуществляется преподавателем в форме зачета с оценкой, включающего устный ответ на 2 теоретических вопроса.

1. Сеть Интернет как среда маркетинга.
2. Уникальность свойств и характеристик сети Интернет.
3. Место Интернет-маркетинга в деятельности компании.
4. Интернет как новый инструмент маркетинга.
5. Принципы этичного маркетинга в сети Интернет.
6. Проблемы и перспективы развития сети Интернет.
7. Понятие веб-сайта предприятия. Его структура.
8. Цели и задачи, стоящие перед веб-сайтом предприятия.
9. Роль службы маркетинга при создании веб-сайта предприятия.
10. Структурирование целевых аудиторий.
11. Создание четкого УТП с помощью веб-сайта.
12. Роль посредников при создании сайта предприятия.
13. Порядок оптимизации сайта предприятия.
14. Сферы применения поискового маркетинга.
15. Составление семантического ядра сайта.
16. Непоисковое продвижение.
17. Системы интернет-статистики. Показатели, характеризующие эффективность продвижения сайта предприятия в сети Интернет.
18. Преимущества электронной почты.
19. Условия использования инструментов e-mail маркетинга: структура и содержание договоров, ценовая политика.
20. Требования к построению электронных сообщений.
21. Обеспечение механизма обратной связи.
22. Эффективность e-mail маркетинга и методы ее повышения.
23. Приемы подготовки эффективного электронного письма.
24. Форматы рекламы в сети Интернет.
25. Контекстная реклама: цели задачи.
26. Неэтичные методы продвижения.
27. Понятие партнерских программ.
28. Виды партнерских программ в интернете.
29. Достоинства партнерских программ.

30. Создание партнерских программ.
31. Понятие социальной сети.
32. Роль маркетинга в социальных сетях.
33. Оценка маркетинга в социальных сетях.
34. План маркетинга в социальных сетях.
35. План маркетинга в сети интернет: образ участника и целеполагание.
36. План маркетинга в сети интернет: план отбора каналов и креативная концепция.
37. План маркетинга в сети интернет: схема контента.
38. План маркетинга в сети интернет: создание осведомленности и влияния.
39. План маркетинга в сети интернет: сбор данных, анализ и оптимизация.
40. Совместная работа в сети интернет.
41. Программы обмена мгновенными сообщениями, блоги, хранилища данных, файлообменные сети, он-лайн переводчики.
42. Профессиональные сообщества в интернете.

11.2. Типовые задания для текущего контроля

На практических занятиях студенты должны выполнить задания, примеры которых представлены ниже. Студенты должны разработать стратегию электронной коммерции, которые позволят решить следующие задачи, стоящие перед предприятием:

- задачи реорганизации маркетинговой сферы предприятия;
- задачи применения ИС для управления маркетингом;
- задачи обучения работников конкретному направлению деятельности предприятия;
- задачи моделирования новых направлений деятельности с целью выявления новых потоков данных, взаимодействующих подсистем, бизнес-процессов;
- предложить свой вариант (для каких целей строятся модели).

Порядок выполнения работы:

1. Перечислить и классифицировать методы электронной коммерции по условному описанию предметной области;
2. Определить объекты предметной области;
3. Построить модели по преобразованию объектов в процессах
4. Сделать выводы по совершенствованию (улучшению) деятельности предприятия, оформить отчет.

Варианты предметных областей для учебных моделей:

1. SEO - оптимизация. Преимущества и недостатки использования.
2. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде.
3. Новые виды Интернет-маркетинга и лидогенерации.
4. Основные принципы и методы поддержки сайтов.
5. Электронная коммерция. Виды электронной коммерции.
6. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.
7. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете.
8. Конкурс как инструмент лидогенерации.
9. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.

10. Сайты. Виды, юзабилити сайтов и приложений
11. Понятия сплит- и мультивариантного тестирования, сегментирования и когортного анализа.
12. Фронтенд. Сущность, цели, виды, применение.
13. Подписная страница. Сущность, цели, виды, применение.
14. Формы продаж в Интернете.
15. Основные виды рекламных носителей в Интернете.
16. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете.
17. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение.
18. Конференции, семинары, тематические форумы.
19. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение.
20. Управление мнением сообществ в социальных сетях.
21. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.
22. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение.
23. Современные технологии в электронном бизнесе.
24. Показатели эффективности деятельности компании в SMM.
25. Коммуникационная стратегия в социальных сетях. Задачи, контент-план, реализация.

Типовые ситуационные задачи

Задание: Ресторан «..» планирует выйти на рынок Нижнего Новгорода. Данный ресторан относится к категории премиум класса, в связи с этим цены в данном заведении - выше среднего. Средний чек на человека составляет примерно полторы-две с половиной тысячи рублей. Ресторан находится в Нижнем Новгороде в торговом центре наряду с элитными магазинами мужской и женской одежды. Также Ресторан осуществляет доставку своей продукции по территории всего города Нижний Новгород. «..» проводит среднюю по интенсивности маркетинговую политику. С одной стороны, они ведут личные профили во многих социальных сетях, там они активно взаимодействуют с ЦА, отвечают на вопросы, информируют о новинках и текущих акциях; но с другой стороны у них нет активной рекламы в этих социальных сетях, на ТВ, на баннерах и так далее, как, например, у конкурентов со схожей ЦА и схожей концепцией заведения. Особого внимания в маркетинге ресторана также заслуживает применение инструментов локального маркетинга, дающее возможность ориентировать услуги на вкусы и потребности локальных групп потребителей или даже отдельных посетителей. В данном сегменте существует достаточно острая конкуренция, поэтому ресторану нужен новый инструментарий и выход на новую ЦА, используя инструменты интернет-маркетинга.

Предложите комплекс продвижения, подходящий для данного бизнеса, который бы включал следующие блоки:

Задание 1: 4Р

Задание 2: Описать ЦА

Задание 3: Продвижение через контекстную рекламу

Задание 4: Продвижение через таргетированную рекламу

Задание 5: Продвижение через медийную рекламу

Задание 6: Аналитика Подготовьте медиаплан для данного комплекса продвижения. Оцените целесообразность каждого инструментария.

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины «Б1. В.ОД.11 Web-аналитика и маркетинг»
ОП ВО по направлению: 27.03.03. Системный анализ и управление,
Направленность: Цифровая аналитика

квалификация выпускника – бакалавр

Мурашова Наталья Александровна, зав.кафедрой «Менеджмент» НГТУ им. Р.Е. Алексеева, д.э.н. (далее по тексту рецензент), провела рецензию рабочей программы дисциплины «Web-аналитика и маркетинг» ОП ВО по направлению 27.03.03. Системный анализ и управление, направленность «Цифровая аналитика» (бакалавриат) разработанной в ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный технический университет имени Р.Е. Алексеева», на кафедре «Цифровая экономика» (разработчик – Болоничева Татьяна Владимировна, к.э.н.)

Рассмотрев представленные на рецензию материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

Программа соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению 27.03.03. Системный анализ и управление». Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина «Web-аналитика и маркетинг» является обязательной дисциплиной для профиля «Цифровая аналитика» направления подготовки 27.03.03. Системный анализ и управление.

Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО направления 27.03.03. Системный анализ и управление.

В соответствии с Программой за дисциплиной «Web-аналитика и маркетинг» закреплены ПК-2. Дисциплина и представленная Программа способны реализовать их в объявленных требованиях.

Результаты обучения, представленные в Программе в категориях знать, уметь, владеть соответствуют специфике и содержанию дисциплины и демонстрируют возможность получения заявленных результатов.

Общая трудоёмкость дисциплины «Web-аналитика и маркетинг» составляет 4 зачётные единицы (144 часа). Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Web-аналитика и маркетинг» взаимосвязана с другими дисциплинами ОП ВО и Учебного плана по направлению 27.03.03. Системный анализ и управление, и возможность дублирования в содержании отсутствует.

Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемых при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 27.03.03. Системный анализ и управление.

Представленные и описанные в Программе формы текущей оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, участие в тестировании,) и аудиторных заданиях – решение ситуационных задач), соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Форма промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренная Программой, осуществляется в форме зачета с оценкой, что соответствует статусу обязательной дисциплины учебного цикла – Б1ФГОС ВО направления 27.03.03. Системный анализ и управление.

Нормы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 5 наименования, дополнительной литературой – 3 наименования и соответствует требованиям ФГОС ВО направления 27.03.03. Системный анализ и управление.

Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Web-аналитика и маркетинг» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенной рецензии можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Web-аналитика и маркетинг» ОП ВО по направлению 27.03.03. Системный анализ и управление, направленность «Цифровая аналитика» (бакалавриат), разработанная Болоничевой Т.В., доцентом кафедры «Цифровая экономика», к.э.н., соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Мурашова Наталья Александровна,
Зав. Кафедрой «Менеджмент»
НГТУ им. Р.Е. Алексеева, д.э.н.

Мурашова Н.А.