

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

**Веб-аналитика: анализ и оценка эффективности продвижения товаров и услуг
в цифровой среде**

Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Цифровой маркетинг		
Специализация	Цифровой маркетинг		
Уровень образования	высшее образование – магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		
Виды учебной деятельности	Временной ресурс		
Контактная (аудиторная) работа, ч	Лекции	8	
	Практические занятия		
	Лабораторные занятия	24	
	ВСЕГО	32	
Самостоятельная работа, ч			76
в т.ч. отдельные виды самостоятельной работы с выделенной промежуточной аттестацией (курсовой проект, курсовая работа)			курсовой проект
ИТОГО, ч			108

Вид промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН, Диф. зачет	Обеспечивающее подразделение	Школа инженерного предпринимательства
---------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	--

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины является формирование у обучающихся определенного ООП (п. 5.4 Общей характеристики ООП) состава компетенций для подготовки к профессиональной деятельности.

Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов обучения	
		Код	Наименование
ПК(У)-10	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	ПК(У)-10.В 2	Владеет опытом прогнозирования конъюнктуры и трансформации сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей
		ПК(У)-10. У2	Умеет прогнозировать конъюнктуру и трансформацию сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей
		ПК(У)-10. 32	Знает методы прогноза конъюнктуры и трансформации сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей
ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13. В1	Владеет опытом анализа рыночной ситуации и целевой аудитории
		ПК(У)-13. В2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
		ПК(У)-13. У1	Умеет организовывать и проводить маркетинговые исследования для разработки стратегии продвижения
		ПК(У)-13. У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
		ПК(У)-13. 31	Знает методологию и методы проведения исследований рынка, в т.ч. в цифровом пространстве
		ПК(У)-13. 32	Знает методы и инструменты стратегического анализа и планирования

2. Планируемые результаты обучения по дисциплины (модулю)

После успешного освоения дисциплины будут сформированы результаты обучения:

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Компетенция
Код	Наименование	
РД1	Способность использовать технологии разработки и управления Интернет ресурсами в практической деятельности	ПК(У)-10 ПК(У)-13
РД2	Способность правильно анализировать базовые состояния и тенденции развития веб-сайтов	ПК(У)-10 ПК(У)-13
РД3	Способность разрабатывать методологию исследования веб-сайтов	ПК(У)-13
РД4	Способность использовать Яндекс Метрики, Google Analytics для планирования аналитики и показателей производительности, загрузки и обработки данных, принятия бизнес-решений на основе веб-аналитики	ПК(У)-13

3. Структура и содержание дисциплины

Основные виды учебной деятельности

Разделы дисциплины	Формируемый результат обучения по дисциплине	Виды учебной деятельности	Объем времени, ч.
Раздел (модуль) 1. Основы веб-аналитики	РД1 РД2	Лекции	4
		Практические занятия	
		Лабораторные занятия	4
		Самостоятельная работа	20
Раздел (модуль) 2. Работа с системами веб-аналитики	РД1 РД2 РД3	Лекции	4
		Практические занятия	
		Лабораторные занятия	12
		Самостоятельная работа	38
Раздел (модуль) 3. Сквозная аналитика	РД1 РД2 РД3 РД4	Лекции	
		Практические занятия	
		Лабораторные занятия	8
		Самостоятельная работа	18

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

4.1 Методическое обеспечение

Основная литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. — Москва: Дашков и К, 2016. — 352 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/70531> (дата обращения: 22.04.2020)
2. Осипенков, Я. М. Google Analytics 2019. Полное руководство : руководство / Я. М. Осипенков. — Москва : ДМК Пресс, 2019. — 748 с. — ISBN 978-5-97060-788-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/140575> (дата обращения: 27.07.2020).
3. Бонцанини, М. Анализ социальных медиа на Python. Извлекайте и анализируйте данные из всех уголков социальной паутины на Python / М. Бонцанини ; перевод с английского А. В. Логунова. — Москва : ДМК Пресс, 2018. — 288 с. — ISBN 978-5-97060-574-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/108129> (дата обращения: 27.07.2020).

Дополнительная литература

1. Банокин П. И. Архитектура программного средства для аналитики и визуализации поведения пользователей [Электронный ресурс] / П. И. Банокин, Г. П. Цапко; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — 1 компьютерный файл (pdf; 390 KB). — Томск: Изд-во ТПУ, 2014. — Заглавие с титульного экрана. — Доступ из корпоративной сети ТПУ. — Схема доступа: <http://www.lib.tpu.ru/fulltext/c/2014/C04/V2/003.pdf> (контент)
2. Шкляр А. В. Результативность визуального анализа в задачах принятия решений [Электронный ресурс] / А. В. Шкляр; Институт систем энергетики им. Л. А. Мелентьева (ИСЭМ). — 1 компьютерный файл (pdf; 1,2 MB). — Иркутск: ИСЭМ СО РАН, 2018. — Заглавие с титульного экрана. — Доступ по договору с организацией-держателем ресурса. — Схема доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36322170>
3. Захарова А. А. Математическое и программное обеспечение систем поддержки принятия стратегических решений на основе экспертных знаний: монография [Электронный ресурс] / А. А. Захарова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ), Юргинский технологический институт (ЮТИ). — 1 компьютерный файл (pdf; 5.3 MB). — Томск: Изд-во ТПУ, 2018. — Заглавие с титульного экрана. — Доступ из корпоративной сети ТПУ. — Схема доступа: <https://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2019/m014.pdf> (контент)

4.2 Информационное и программное обеспечение

Информационно-справочные системы:

1. Справочно-правовая система КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru/>
2. Университетская информационная система Россия – <http://www.cir.ru>

Профессиональные Базы данных:

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <https://elibrary.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
3. Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС) – <https://www.biblio-online.ru>
4. НТБ ТПУ – <http://www.lib.tpu.ru>.

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

1. Microsoft Office 2007 Standard Russian Academic; Microsoft Office 2013 Standard Russian Academic;
2. Document Foundation LibreOffice.
3. Cisco Webex Meetings\$
4. Zoom Zoom.

Лицензионное программное обеспечение (в соответствии с **Перечнем лицензионного программного обеспечения ТПУ**):

1. Microsoft Office Standart 2016 Академическая лицензия.
2. Windows Professional 10 Russian OLP NL Academic Edition.
3. Антиплагиат. ВУЗ

Рабочая программа составлена на основе Общей характеристики образовательной программы по направлению 27.04.05 Инноватика, специализация «Цифровой маркетинг» (приема 2019 г., очная форма обучения).