

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Веб-аналитика в PR»

Дисциплина «Веб-аналитика в PR» является частью программы магистратуры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» по направлению «42.04.01 Реклама и связи с общественностью».

#### **Цели и задачи дисциплины**

Цель дисциплины – формирование способностей создавать нематериальные активы (брендов) на основе самостоятельно проводимых исследований, в т.ч. разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; осуществлять исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать методики и специализированное программное обеспечение для работы с большими данными. Знать • инструменты бренд-менеджмента и маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, направления и принципы таргетинга, SEO-продвижение, лидо-генерации; контекстная и медийная реклама); оценка эффективности инструментов рекламы и связей с общественностью в интернет-среде; • исследования различных видов (маркетинговые, социологические, медиа- и др.); количественного и качественного анализа информационного поля; технологии и основные методы оценки целевых и промежуточных результатов работ; методы работы с открытыми данными: - государственных органов, - коммерческих структур, - отраслевых некоммерческих организаций в цифровой среде; • методики и специализированное программное обеспечение для работы с большими данными; Уметь • использовать инструменты маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, таргетинг, SEO-продвижение, лидо-генерации; контекстная и медийная реклама, BTL, Digital); • проводить оценку стоимости брендов организации; проводить качественное и количественное изучение информационного поля, объектов, тем и понятий в цифровой среде (анализ конкурентов и сегментации целевой аудитории в цифровой среде; технологии работы с контентом (основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения); • использовать методики и специализированное программное обеспечение для работы с большими данными; цифровые коммуникационные средства, продукты и мультимедийные технологии; пакеты прикладных программ для решения управленческих задач; • формулировать основные целевые показатели исследования; формулировать выводы на основе анализа собранной информации в цифровой среде. Владеть навыками • использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с об

щественностью; • работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных; использования методики и специализированного программного обеспечения для работы с большими данными; • выбора способа решения сформулированных задач с максимально качественным результатом и минимальными затратами с помощью цифровых технологий; работы с универсальными пакетами прикладных программ для решения задач инновационного менеджмента; • оценки эффективности проведенных кампаний с помощью цифровых технологий..

### Изучаемые объекты дисциплины

Поисковые системы и базы цитирования. Веб-аналитика. Системы сбора веб-статистики. Целевые аудитории. Таргетированная реклама. Digital-коммуникации. Digital-стратегия. Социальные медиа..

### Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	19	19	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)			
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	17	17	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	89	89	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

### Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
3-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 4. Сегментация пользователей. Подготовка и настройка рекламных кампаний.	0	0	4	19
Сегменты в Google Analytics, Яндекс-метрика, Рейтинг Mail.ru. Ретаргетинговые кампании в СМС. Анализ с использованием сегментации. Яндекс. Директ, Google Реклама.				
Тема 3. Методология веб-анализа. Метрики аналитики.	0	0	4	20
Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в разрезе каналов привлечения трафика. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга. Анализ поведения посетителей на странице: взаимодействие с формами, совершение микро и макро конверсий. Бенчмаркинг. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ.				
Тема 5. Инструменты веб-аналитики и мониторинговых исследований в Интернет.	0	0	3	10
Счетчики в веб-аналитике. Счетчики-рейтинги. Лог-анализаторы. Системы интернет-статистики (счетчики-трекеры). Диспетчер тегов. Комплексные мониторинговые интернет-исследования. Специфические характеристики сервисов Web-аналитики. Характеристика и особенности Яндекс. Метрика и Google Analytics.				
Тема 2. Общая аналитика цифровых коммуникаций кампании. Веб-аналитика как главный инструмент маркетинговых исследований в Интернет.	0	0	4	20
Понятия веб-аналитики, ее цели и задачи. Аудитория сайта. История веб-аналитики. Области применения веб-аналитики. Методы веб-аналитики. Анализ посещаемости сайта. Анализ данных интернет-магазина. Анализ юзабилити. Анализ поведения посетителей сайта. Бенчмаркинг. Сквозная аналитика.				
Тема 1. История развития глобальной	0	0	2	20

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
информационно-коммуникационной сети Интернет и становление веб-аналитики.				
Протокол HTTP, FTP и язык HTML. Появление мессенджеров и социальных сетей. Современное состояние и тенденции развития информационно-коммуникационной сети Интернет. Развитие систем Google Analytics (GA) и Яндекс. Метрика.				
ИТОГО по 3-му семестру	0	0	17	89
ИТОГО по дисциплине	0	0	17	89