

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Веб-аналитика в коммуникациях»

Дисциплина «Веб-аналитика в коммуникациях» является частью программы бакалавриата «Прикладная информатика (общий профиль, СУОС)» по направлению «09.03.03 Прикладная информатика».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности управлять проектированием дизайна ИС, в том числе с использованием веб-аналитики.

Задачи: Знать • инструменты бренд-менеджмента и маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, направления и принципы таргетинга, SEO-продвижение, лидо-генерации; контекстная и медийная реклама); основы управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM); • 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 веб-аналитику в коммуникациях с целью управления взаимоотношениями с клиентами и заказчиками (CRM); использовать инструменты маркетинговых коммуникаций (веб-аналитика, таргетинг, SEO-продвижение, лидо-генерации; контекстная и медийная реклама, BTL, Digital); • 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 презентации продуктовых и технологических решений; • работы с бесплатными и платными поисковыми сервисами поиска информации и базами данных; использования методики и специализированного программного обеспечения для работы с большими данными; • работы с универсальными пакетами прикладных программ для решения задач инновационного менеджмента..

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	
		8	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	20	20	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	30	30	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

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
8-й семестр				
Тема 3. Методология веб-анализа. Метрики аналитики	4	0	6	18
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				

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 5. Инструменты веб-аналитики и мониторинговых исследований в Интернет	4	0	6	18
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. Другие счетчики				
Тема 4. Сегментация пользователей. Подготовка и настройка рекламных кампаний	4	0	6	18
Сегменты в Google Analytics, Яндекс-метрика, Рейтинг Mail.ru. Ретаргетинговые кампании в СМС. Анализ с использованием сегментации. Яндекс. Директ, Google Реклама. Другие рекламные кабинеты				
Тема 1. История развития глобальной информационно-коммуникационной сети Интернет и становление веб-аналитики	4	0	6	18
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.				
Тема 2. Общая аналитика цифровых коммуникаций кампании. Веб-аналитика как главный инструмент маркетинговых исследований в Интернет	4	0	6	18
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				
ИТОГО по 8-му семестру	20	0	30	90
ИТОГО по дисциплине	20	0	30	90