

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра менеджмента, маркетинга и коммерции**

**Авторы-составители: Антинескул Екатерина Александровна**

**Рабочая программа дисциплины**

**MARKETING ANALYTICS**

**Код УМК 98781**

**Утверждено  
Протокол №10  
от «08» июня 2022 г.**

**Пермь, 2022**

## **1. Наименование дисциплины**

Marketing analytics

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в вариативную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление подготовки: **38.03.05** Бизнес-информатика

направленность Информационные системы и большие данные

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Marketing analytics** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**38.03.05** Бизнес-информатика (направленность : Информационные системы и большие данные)

**ОПК.1** Способен понимать закономерности развития экономической системы и ориентируясь на них предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в рамках своей профессиональной деятельности

#### **Индикаторы**

**ОПК.1.1** Понимает закономерности развития экономической системы и может объяснить причины ее изменения в рамках своей профессиональной деятельности

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	38.03.05 Бизнес-информатика (направленность: Информационные системы и большие данные)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	8
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	3
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	108
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	42
<b>Проведение лекционных занятий</b>	14
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	28
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	66
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (8 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Marketing analytics**

#### **Entrance control**

Definition of marketing and analytics concepts, definition of marketing concepts, methods of analysis in marketing

#### **Marketing metrics**

Tasks of defining marketing metrics, types of marketing metrics. Definition of the main metrics: advertising effectiveness, lead generation evaluation, financial metrics, metrics for web analytics, metrics for evaluating the effectiveness of e-mail marketing

#### **The main tools and models of marketing analytics**

Purpose of analytics in marketing, tasks of marketing analytics, indicators of marketing analytics, marketing analytics tools: Yandex.Metrica, CRM system, call tracking, audience analysis in social networks, A/B testing, surveys and more.

#### **Basic approaches to Big Data analysis**

Varieties of approaches to big data analysis. Definition the concept of big data. What is big data analysis, big data collection and storage, big data analysis and use technologies, big data analysis tools,

#### **RFM analysis**

What is RFM analysis, what is its purpose and value, services and tools for RFM segmentation and RFM analysis, how to interpret the results of RFM analysis and use its results

#### **Cohort analysis**

Definition of the concept of cohort analysis, division of the target audience into cohorts, methods of cohort analysis, data analysis using cohort analysis, the purpose of cohort analysis, the main indicators of cohort analysis, cohort analysis tools

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### **Основная:**

1. Sergeeva, E. Marketing : learning guide / E. Sergeeva, A. Astafeva. — Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2015. — 287 с. — ISBN 978-5-7882-1805-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/62143>

### **Дополнительная:**

1. Solomon M. R. Conquering Consumerspace. Marketing Strategies for a Branded World/M. R. Solomon.-New York:Amacom,2003, ISBN 0-8144-0741-2.-276.-Bibliogr.: p. 261-265

## **9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины**

**<http://marketing.web-standart.net>** Journal of Practical Marketing and marketing research on the Internet. Marketing and Advertising news

**[www.cfin.ru/press/marketing](http://www.cfin.ru/press/marketing)** Marketing in Russia and Abroad Magazine

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Образовательный процесс по дисциплине **Marketing analytics** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Presentation materials (slides on the topics of lectures and practical classes);
2. On-line access to the Electronic Library System (EBS);
3. Access to the electronic information and educational environment of the university;
4. Office suite of applications;
5. An application that allows you to view and play the media content of PDF files;
6. Programs for demonstration of video materials (player);
7. Program for viewing Internet content (browser);
8. Cloud services that are freely available on the Internet and do not require a license fee: Trello.com , ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. File editor from Yandex.Disk, Google

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**[student.psu.ru](http://student.psu.ru)**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

1. Seminar-type classes (seminars, practical classes) - an auditorium equipped with presentation equipment (projector, screen, computer/laptop) with appropriate software, chalk(s) or marker board.
2. Independent work - an auditorium for independent work equipped with computer equipment with the ability to connect to the Internet, provided with access to the electronic information and educational environment of the university. Premises of the Scientific Library of PSNIU.
3. Current control - an audience equipped with presentation equipment (projector, screen, computer/laptop) with appropriate software, chalk(s) or marker board.
4. Lecture classes - an auditorium equipped with presentation equipment (projector, screen, computer/laptop) with appropriate software, chalk(s) or marker board.
5. Individual and group consultations - an audience equipped with presentation equipment (projector, screen, computer/laptop) with appropriate software, chalk(s) or marker board.

In the case of inclusive education, classes will be held in Building 8, which has a ramp, elevator.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с



доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Marketing analytics**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ОПК.1**

**Способен понимать закономерности развития экономической системы и ориентируясь на них предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в рамках своей профессиональной деятельности**

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>ОПК.1.1</b> Понимает закономерности развития экономической системы и может объяснить причины ее изменения в рамках своей профессиональной деятельности	Know the basic tools and models of marketing analytics	<b>Неудовлетворител</b> Does not know the basic tools and models of marketing analytics <b>Удовлетворительн</b> Knows, making mistakes, the basic tools and models of marketing analytics <b>Хорошо</b> Partially knows the basic tools and models of marketing analytics <b>Отлично</b> Knows the basic tools and models of marketing analytics

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет**

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов : 100**

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	Entrance control <b>Входное тестирование</b>	Verification of residual knowledge in marketing and analytics
<b>ОПК.1.1</b> Понимает закономерности развития экономической системы и может объяснить причины ее изменения в рамках своей профессиональной деятельности	Marketing metrics <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Know marketing metrics, methods of application and calculation of marketing metrics, analysis and recommendations based on marketing metrics
<b>ОПК.1.1</b> Понимает закономерности развития экономической системы и может объяснить причины ее изменения в рамках своей профессиональной деятельности	RFM analysis <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Know the methodology of RFM analysis, the scope of application
<b>ОПК.1.1</b> Понимает закономерности развития экономической системы и может объяснить причины ее изменения в рамках своей профессиональной деятельности	Cohort analysis <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	Know the methodology of cohort analysis, the scope of application

### Спецификация мероприятий текущего контроля

#### Entrance control

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% correct answers	6
61-80% correct answers	4
41-60% correct answers	3
less than 41% correct answers	2

### Marketing metrics

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% correct answers	30
61-80% correct answers	23
41-60% correct answers	17
less than 41% correct answers	12

### RFM analysis

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% correct answers	30
61-80% correct answers	23
41-60% correct answers	17
less than 41% correct answers	12

### Cohort analysis

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% correct answers	40
61-80% correct answers	

	32
41-60% correct answers	23
less than 41% correct answers	16