

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ  
РАНХиГС**

---

Кафедра журналистики и медиакommunikаций

УТВЕРЖДЕНО  
Директор СЗИУ РАНХиГС  
А.Д. Хлутков

**ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**  
Бизнес-моделирование современных СМИ  
*(наименование образовательной программы)*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

**Б1.В.07 WEB-аналитика**  
*(код и наименование РПД)*

**42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА**  
*(код и наименование направления подготовки (специальности))*

очная  
*форма(ы) обучения*

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

**Автор—составитель:**

Кандид.филол.н., доцент каф. журналистики  
и медиакоммуникаций

Пак Е.М.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД «Б1.В.07 WEB-аналитика» в новой редакции одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 14 сентября 2023 г. № 1.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
  - 7.1.Основная литература
  - 7.2.Дополнительная литература
  - 7.3.Нормативные правовые документы
  - 7.4.Интернет-ресурсы
  - 7.5.Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.07 «WEB-аналитика» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

**Таблица 1**

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Наименование компонента компетенции</b>
УК - 5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК - 5.2	Способен учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

1.2. В результате освоения дисциплины у магистрантов должны быть сформированы:

**Таблица 2**

<b>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</b>	<b>Код этапа освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
Организация и контроль выпуска продукции сетевого издания/информационного агентства (код В) – частично	В/01.7 Руководство производственным отделом	на уровне знаний: знать основные особенности и разнообразие взаимодействия в WEB-аналитике
		на уровне умений: уметь проводить основные виды анализа контента в информационных сетях интернет-пространстве
		на уровне навыков: способность анализировать и производить контент с учетом межкультурного взаимодействия

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.07 «WEB-аналитика» относится к вариативным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика».

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ) в программе Teams.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются магистрантами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, **72** акад. часов, 54 астроном. часа

**Таблица 3**

<b>Вид работы</b>	<b>Трудоемкость (в акад. часах)</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	72/54
<b>Контактная работа с преподавателем</b>	36/27
Лекции	16/12
Практические занятия	20/15
Лабораторные занятия	-

Самостоятельная работа	36/27
Формы текущего контроля	Устный опрос, доклад, задачи
Вид промежуточного контроля	зачет

### **Место дисциплины.**

Дисциплина Б1.В.07 «WEB-аналитика» относится к вариативным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика» и изучается в 3 семестре.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами, определяющими вектор дальнейшего профессионального развития.

## **3. Содержание и структура дисциплины**

### **3.1 Структура дисциплины**

**Таблица 4**

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР/ДОТ		
Очная форма обучения								
Тема 1	Веб-аналитика: цель и задачи	10	2		2		6	Д
Тема 2	Методы веб-аналитики	10	2		2		6	Д
Тема 3	Digital-аналитика	12	2		4		6	Д, 3
Тема 4	А/Б-тестирование и оптимизация конверсий	12	2		4		6	Д,3
Тема 5	Виды трафика	14	4		4		6	Д, 3
Тема 6	Источники трафика	14	4		4		6	Д, 3
Контроль								
Промежуточная аттестация								зачет
Всего (академ.час./астроном.час.):		72/54	16/12		20/15		36/27	

Д – доклад,  
3 - задачи

### **3.2. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Веб-аналитика: цель и задачи**

Web-аналитика как часть интернет-маркетинга. Место веб-аналитики в бизнес-процессе компании. Метрики веб-аналитики. Мониторинговые исследования в интернете. Методы анализа интернет-пространства (анализ посещаемости сайта, анализ забили, анализ поведения посетителей сайта, бенчмаркинг, сквозная аналитика и др.)

## ***Тема 2. Методы веб-аналитики***

Яндекс. Метрика: Настройка, установка, цели, события, сегменты, фильтры, отчеты. Google Analytics: Настройка, установка, цели, события, сегменты, фильтры, отчеты. Системы Power Bi, Tableau, Qlik, Adobe Analytics.

## ***Тема 3. Digital-аналитика***

Мультиканальность и сквозная аналитика: ROPO, desktop-mobile, CRM-аналитика. Коллтрекинг: статический и динамический. Аналитика социальных сетей. Мобильная аналитика (Firebase Analytics, Flurry, AppAnnie, AppMetrica, AppsFlyer, Amplitude). Аналитика больших данных (SQL, Google bigquery, Clickhouse). Python как инструмент работы с данными.

## ***Тема 4. А/Б-тестирование и оптимизация конверсий***

NADI-циклы и гипотезы. Основные понятия А/В-тестирования и правила их проведения. Статистическая проверка итогов тестирования. Сервис Google Optimize, Другие сервисы для А/В-тестирования. Инсайты, проведение UX-тестирования при помощи интервью и опросов

## ***Тема 5. Виды трафика***

Типы сайтов и web-приложений, воронка сайта. Анализ страниц сайта и воронки продаж. Виды трафика.

## ***Тема 6. Источники трафика***

Контекстная реклама и Таргетированная реклама. Модели атрибуции и ассоциированные конверсии.

## **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Управление затратами и ценообразование на рынке СМИ» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, доклады, ответы на вопросы по докладам, разбор и анализ предлагаемых ситуаций, решение задач.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательско-оценочный метод, разбор конкретных ситуаций.

## ***4.2. Материалы текущего контроля успеваемости***

### ***Типовые вопросы для докладов по темам***

1. Аудитория мобильного интернета.
2. Измерение кросс-девайсов.
3. Мобильная аналитика.
4. Сервисы для отслеживания рекламы конкурентов.
5. Youtube-аналитика: обзор инструментов сбора собственной статистики и анализа конкурентов.
6. Виды конверсий.
7. Обзор сервисов коллтрекинга.
8. Источники трафика: необходимый инструментарий для эффективного маркетинга.
9. Фильтры поисковых систем.
10. Сервисы для создания тепловых карт.

11. Семантическая аналитика: мироразметки.
12. А/В-тестирование для сайтов и блогов.
13. Фильтр аффилианов.
14. Обзор сервисов call-back.
15. Сертификаты безопасности.

*Задачи по темам (обобщенное описание)*

Задание 1. Провести анализ аудитории и посещаемости сайта сетевого СМИ (по выбору)

- 1) используйте свободные веб-метрические сервисы;
- 2) составьте мини-отчет о результатах проведенного анализа.

Задание 2. Проведите анализ структуры, контента, технических характеристик информационного интернет-портала.

- 1) сформулируйте рекомендации по совершенствованию сайта;
- 2) составьте мини-отчет о результатах проведенного анализа

Задание 3. Комплексное мониторинговое интернет-исследование (на конкретную тему)

**5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине**

**5.1.** Зачёт проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам.

**5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации**

*Перечень вопросов к зачёту*

1. Понятия веб-аналитики, ее цели и задачи.
2. Аудитория сайта.
3. История веб-аналитики.
4. Области применения веб-аналитики.
5. Методы веб-аналитики.
6. Анализ посещаемости сайта с помощью веб-аналитики.
7. Анализ данных интернет-магазина с помощью веб-аналитики.
8. Анализ юзабилити сайта с помощью веб-аналитики.
9. Анализ поведения посетителей сайта с помощью веб-аналитики.
10. Бенчмаркинг в веб-аналитике.
11. Сквозная веб-аналитика.
12. Счетчики в веб-аналитике.
13. Счетчики-рейтинги.
14. Лог-анализаторы в веб-аналитике.
15. Системы интернет-статистики (счетчики-трекеры).
16. Диспетчер тегов.
17. Комплексные мониторинговые интернет-исследования.
18. Сертификаты безопасности.
19. Мобильная аналитика.
20. Аналитика больших данных.
21. А/Б-тестирование и оптимизация конверсий
22. Метрики веб-аналитики.
23. Третированная реклама.
24. Модели атрибуции и ассоциированные конверсии.
25. Виды трафика.

### ***Шкала оценивания***

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

#### **«Зачтено»**

Дан полный, развёрнутый ответ на поставленный вопрос; показана совокупность осознанных знаний об объекте изучения, доказательно раскрыты основные положения (свободно оперирует понятиями, терминами, персоналиями и др.); в ответе прослеживается чёткая структура, выстроенная в логической последовательности; ответ изложен литературным грамотным языком; на возникшие вопросы преподавателя магистрант даёт чёткие, конкретные ответы, показывая умение выделять существенные и несущественные моменты материала. Практическая задача (кейс) решен правильно с обоснованием решения.

#### **«Не зачтено»**

Дан неполный ответ на поставленный вопрос, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения, допущены существенные ошибки в изложении теоретического материала и употреблении терминов, персоналий; в ответе отсутствуют доказательные выводы; речь неграмотная.

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

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Магистранты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ магистранта при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Защита докладов. Магистранты персонально распределяют темы докладов в группе. По 1 человеку самостоятельно готовят доклад по одной из тем по дисциплине. По материалам магистранты готовят презентацию, с которой выступают на публичном представлении доклада и защите его с помощью ответов на вопросы. Регламент для доклада – 15 минут.



**7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

**7.1. Основная литература**

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер. М.: Альпина Паблишер, 2016 .— 211 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 .— 446 с.
3. Васильев Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. М.: Юнити-Дана, 2012 .— 184 с.
4. Маркетинг PR и рекламы / И. М. Синяева.— М. : Юнити-Дана, 2015 .— 495 с.

**7.2. Дополнительная литература**

5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер.— М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2012 .— 496 с.
6. Котлер Ф. Десять смертных грехов маркетинга / Ф. Котлер .— М.: Альпина Паблишерз, 2010 .— 157 с.
7. Минько Э. В. Маркетинг / Э.В. Минько, Н.В. Карпова .— М.: Юнити-Дана, 2015.— 351 с.
8. Бугаев Л. Мобильный маркетинг: Как зарядить свой бизнес в мобильном мире / Л. Бугаев .— М.: Альпина Паблишерз, 2016 .— 214 с.
9. Давар Н. Идеальный маркетинг / Н. Давар .— М.: Альпина Паблишер, 2016 .— 214 с.
10. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова. М.: Альпина Паблишер, 2016 .— 401 с.
11. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд / А.Н. Чумиков .— М.: Аспект Пресс, 2012 .— 160 с.
12. Маслова В. М. Сфера PR в маркетинге / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. М.: Юнити-Дана, 2015 .— 384 с.

**7.3. Нормативно правовые документы**

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

**7.4. Интернет-ресурсы**

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

**7.5. Иные источники**

При изучении дисциплины иные источники не используются

**8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

**Таблица 5**

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.