

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алёна Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Инструменты и методы в маркетинговых исследованиях

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	7

Разработано
Доцент департамента
медиакоммуникаций высшей школы
креативных индустрий, кандидат
политических наук
Заможных Е.А.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины «Инструменты и методы в маркетинговых исследованиях» является приобретение комплекса знаний и формирование умений по проведению маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга и инновационных технологий в организации и управлении интернет-маркетингом и электронной торговлей.

Задачи освоения дисциплины «Инструменты и методы в маркетинговых исследованиях»

- формирование умений применять инновационные технологии в организации проведения маркетинговых исследований и Web-аналитики в Интернет-маркетинге и электронной торговле;
- сформировать навыки проведения подготовки к проведению маркетингового исследования с использованием инновационных инструментов Web-аналитики;
- формирование умений проводить маркетинговые исследования и Web-аналитику в Интернет-маркетинге и электронной торговле с использованием инструментов комплекса маркетинга.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Инструменты и методы в маркетинговых исследованиях» относится к дисциплинам части формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-9. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-9 Знает специфику маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла
	ИД-2 ПК-9 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Организовывает маркетинговые исследования при разработке коммуникационного продукта
	ИД-3 ПК-9 Владеет навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.	Выполняет задачи связанные с исследованием и организацией маркетинговых исследований
ПК-10. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного	ИД-1 ПК-10 Знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Используют базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
	ИД-2 ПК-10 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Работает с разными целевыми группами для проведения мониторинга обратной связи
	ИД-3 ПК-10 Владеет навыками	Для мониторинга обратной связи использует базовые

проекта по рекламе и связям с общественностью	мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	знания с разными целевыми группами
---	---	------------------------------------

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 5 з.е., 180 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/2
Самостоятельная работа	90
Формы контроля	
Экзамен	54

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма				Формы текущего контроля успеваемости и
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
7 семестр							
1	Web-аналитика как часть интернет-маркетинга: цели и задачи аналитики 1.Понятие Web-аналитики и ее роль для маркетолога в интернет-маркетинге и электронной торговле. 2.Задачи Web-аналитики. 3.Виды Web-аналитики. 4.Методы веб-анализа.	ПК-9 ПК-10	2	2	-	10	собеседование
2	Профессия «Веб-аналитик» 1. Навыки и знания. 2. Место веб-аналитики в бизнес-процессе компании	ПК-9 ПК-10	-	2	-	10	собеседование
3	Терминология web-аналитики	ПК-9 ПК-10	2	2	-	10	

	<p>1. Метрики веб-аналитики и ихключевые показатели</p> <p>2. Google Analytics</p> <p>3. Яндекс.Метрика</p> <p>4. 4.Liveinternet</p> <p>5. 5.SimilarWeb</p>						собеседование
4	<p>Data-Driven</p> <p>1. Подходы</p> <p>2. Сбор данных</p>	ПК-9 ПК-10	-	2	-	10	собеседование
5	<p>Маркетинг и digital-стратегия.</p> <p>1. Бриф</p> <p>2. Анализ целевой аудитории</p> <p>3. Сегментация</p> <p>4. Поиск инсайтов</p>	ПК-9 ПК-10	-	2	-	10	собеседование
6	<p>Бизнес-задачи</p> <p>1. Определение задач веб-аналитика</p> <p>2. Сущность веб-аналитики. Сравнительный анализ функционала двух типов систем веб-аналитики</p>	ПК-9 ПК-10	2	2/2	-	10	собеседование
7	<p>Маркетинг и digital-стратегия</p> <p>1. Бриф</p> <p>2. Анализ целевой аудитории</p> <p>1. Сегментация</p> <p>2. Поиск инсайтов</p>	ПК-9 ПК-10	-	2	-	10	собеседование
8	<p>Информационная сеть ARPANET</p> <p>1. Причины появления</p> <p>2. Функции сети ARPANET</p>	ПК-9 ПК-10	-	2	-	10	собеседование
9	<p>Развитие протоколов TCP/IP, IRC</p> <p>1. TCP/IP.</p> <p>2. Появление DNS</p>	ПК-9 ПК-10	2	2	-	10	собеседование
	ИТОГО за 7 семестр		18	18/2	-	90	
	ИТОГО		18	18/2	-	90	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Инструменты и методы в маркетинговых исследованиях» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля). ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;
- типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и уровня овладения формируемыми компетенциями в процессе освоения дисциплины (модуля).

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершенный раздел.

Лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС: НИЦ ИНФРАМ, 2020. - 392 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208>

2. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. - 368 с. - ISBN . - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1058467>

3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Бакалавр.Прикладной курс). — ISBN 978-5- 534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblioonline.ru/viewer/marketingovye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-450531>

4. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательско-торговая

корпорация «Дашков и К°», 2019. - 294 с. - ISBN 978-5-394-03074-1. - Текст : электронный.
- URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093671>

5. Яков Осипенков. Google Analytics 4: Веб-потоки (2022); То же [Электронный ресурс]. URL:

https://osipenkov.ru/files/osipenkov_ga4book.pdf?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=a360-kniga-google-analytics-4

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1091183> Гаврилов, Л. П. Информационные технологии в коммерции : учебное пособие / Л.П. Гаврилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 369 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1085795. - ISBN 978-5-16-016187-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1085795>

2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblionline.ru/viewer/marketingovyie-issledovaniya-teoriya-i-praktika-425174>

3. Короткова, Т. Л. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblionline.ru/viewer/marketing-innovaciy-452429>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе).
5. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR.
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio-online.ru».

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Дисциплина «WEB аналитика в рекламе и связях с общественностью» обеспечена всеми необходимыми аппаратными и программными средствами: фототехника, видеокамера, осветительное оборудование, настольные компьютеры, ноутбуки, видеопроектор, сканер, цветные принтеры, программные продукты MicrosoftOffice 2007, AdobePhotoshopCS5, AdobeIllustratorCS5, AdobeInDesignCS5, AdobePremierePro CS5, AdobeAfterEffectsCS5 (Масс-медиа центр). Открыт свободный доступ к Интернету через университетские компьютерные классы и Научную библиотеку.
Практические занятия	Дисциплина « WEB аналитика в рекламе и связях с общественностью» обеспечена всеми необходимыми аппаратными и программными средствами: фототехника, видеокамера, осветительное оборудование, настольные компьютеры, ноутбуки, видеопроектор, сканер, цветные принтеры, программные продукты MicrosoftOffice 2007, AdobePhotoshopCS5, AdobeIllustratorCS5, AdobeInDesignCS5, AdobePremierePro CS5, AdobeAfterEffectsCS5 (Масс-медиа центр). Открыт свободный доступ к Интернету через университетские компьютерные классы и Научную библиотеку.
Самостоятельная работа	компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических

работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.