

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

Институт общественных наук  
Кафедра интегрированных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой интегрированных  
коммуникаций

Протокол от «25» ноября 2020 г. №3

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

Б1.В.ДВ.01.22.05 Web-аналитика

*(индекс, наименование дисциплины)*

Minor "Маркетинговые коммуникации в цифровой среде»

38.03.02 Менеджмент

*(код, наименование направления подготовки)*

Стратегическое управление компанией (Liberal Arts)

*направленность (профиль)*

бакалавр

*(квалификация)*

очная

*(форма обучения)*

Год набора - 2021

Москва, 2020 г.

**Автор–составитель:**

Заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций, к.э.н. М.В. Захарова

Заведующий кафедрой интегрированных коммуникаций, к.э.н. М.В. Захарова

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы .....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	4
3. Содержание и структура дисциплины .....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине .....	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	12
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	13
6.1. Основная литература. ....	13
6.2. Дополнительная литература. ....	14
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы. ....	14
6.4. Нормативные правовые документы. ....	14
6.5. Интернет-ресурсы.....	14
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	14

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.01.22.05 «Web-аналитика» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикатора:

Код компетенции	Наименование Компетенции	Код индикатора компетенции	Наименование индикатора компетенции
СК ОС LA-24	Способен анализировать данные в сети интернет для выбора оптимальных каналов коммуникации с потребителями в цифровой среде	СК ОС LA-24.1	Решает задачи, связанные с коммуникацией компании с потребителями в сети интернет, в сфере её маркетинговой деятельности, используя теоретические знания и практические навыки

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

Код индикатора компетенции	Результаты обучения
СК ОС LA-24.1	<b>на уровне знаний:</b> Основы методов изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития цифровой среды Основы методов использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов и сбора и обработки маркетинговой информации в цифровой среде
	<b>на уровне умений:</b> Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования в цифровой среде Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования в цифровой среде Участвовать в создании отчетов по результатам маркетингового исследования
	<b>на уровне навыков:</b> Подготовка и согласование плана проведения маркетингового исследования в цифровой среде Участие в подготовке отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований в цифровой среде Участие в разработке технических заданий проведения маркетингового исследования в цифровой среде

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

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Б1.В.ДВ.01.22.05 «Web-аналитика» входит в состав дисциплин minor по выбору вариативной части, изучается в 6 семестре вместе с дисциплиной Б1.В.ДВ.01.22.06 «Безопасность в цифровой среде» и является основой для дисциплин Б1.В.ДВ.01.22.07 «Исследования в цифровой среде» и Б1.В.ДВ.01.22.08 «Анализ поведения интернет-пользователей».

### 3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	История развития глобальной Информационно-коммуникационной сети Интернет и становление web-аналитики	12/9			4/3		8/6	Д, О
Тема 2	Методология web-анализа	14/10,5			6/4,5		8/6	О
Тема 3	Инструменты web-анализа	14/10,5			6/4,5		8/6	Д, О
Тема 4	Использование системы Интернет-статистики: Яндекс.Метрика	16/12			6/4,5		10/7,5	ПЗ
Тема 5	Использование системы Интернет-статистики: Google Analytics	16/12			6/4,5		10/7,5	ПЗ
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		72/54			28/21		44/33	

Примечание: \* опрос (О), диспут (Д), практическое задание (ПЗ).

### Содержание дисциплины

Тема 1. История развития глобальной Информационно-коммуникационной сети Интернет и становление web-аналитики

Информационная сеть ARPANET – причины появления и функции сети. Развитие протоколов TCP/IP, IRC. Система DNS. Протоколы HTTP и FTP. Язык HTML. Развитие World Wide Web. Развитие мессенджеров и социальных сетей. Современное состояние и тенденции развития Информационно-коммуникационной сети Интернет.

Тема 2. Методология web-анализа

Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в соответствии с каналами привлечения трафика. Анализ юзабилити: анализ

плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга. Анализ поведения посетителей на страницах: взаимодействие с различными формами, совершение микро и макро-конверсий. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).

### Тема 3. Инструменты web-анализа

Инструменты сбора статистики: счётчики и анализаторы. Анализаторы логов: WebTrends, Webalizer, AWStats. Счётчики-рейтинги: Rambler's Top 100, Liveinternet, Рейтинг@mail.ru, OpenStat, HotLog. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Woopra. Системы интернет-статистики с детализацией поведения посетителей на странице. SpyBOX. Диспетчер тегов. Google Tag Manager.

### Тема 4. Использование системы Интернет-статистики: Яндекс.Метрика

Базовые понятия: просмотры, визиты, посетители. Как работает Метрика: принципы работы и построение отчётов. Возможности системы. Установка кода счётчика на сайт. Интерфейс. Сбор и анализ данных.

### Тема 5. Использование системы Интернет-статистики: Google Analytics

Как работает Google Analytics: принципы работы и построение отчётов. Возможности системы. Установка счётчика на сайт. Интерфейс. Сбор и анализ данных.

## **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине**

### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.**

#### **4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.22.05 «Web-аналитика» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

при проведении занятий семинарского типа: опрос, диспут, практические задания;  
при контроле результатов самостоятельной работы студентов: практическое задание.

#### **4.1.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации**

Промежуточная аттестация проводится в виде зачёта с оценкой в форме устного ответа на два вопроса из предложенного списка.

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

Глубокое усвоение материала обеспечивается сочетанием практических занятий и самостоятельной работы студентов с литературой, работой в групповых проектах.

#### Вопросы для самостоятельной подготовки по темам.

Тема 1. История развития глобальной Информационно-коммуникационной сети Интернет и становление web-аналитики.

1. Информационная сеть ARPANET.
2. Протоколы TCP/IP, IRC.
3. Система DNS.
4. Протоколы HTTP и FTP.
5. Язык HTML.
6. World Wide Web.
7. Мессенджеры и социальные сети.
8. Современное состояние и тенденции развития Информационно-коммуникационной сети Интернет.

## Тема 2. Методология web-анализа

1. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели.
2. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в соответствии с каналами привлечения трафика.
3. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга.
4. Анализ поведения посетителей на страницах: взаимодействие с различными формами, совершение микро и макро конверсий.
5. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ.

## Тема 3. Инструменты web-анализа

1. Инструменты сбора статистики: счётчики и анализаторы.
2. Анализаторы логов: WebTrends, Webalizer, AWStats.
3. Счётчики-рейтинги: Rambler's Top 100, Liveinternet, Рейтинг@mail.ru, OpenStat, HotLog.
4. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц.
5. Системы интернет-статистики с детализацией поведения посетителей на странице.
6. Диспетчер тегов.

## Тема 4. Использование системы Интернет-статистики: Яндекс.Метрика

1. Как работает Метрика: принципы работы и построение отчётов.
2. Возможности системы.
3. Установка кода счётчика на сайт.
4. Интерфейс.
5. Сбор и анализ данных.

## Тема 5. Использование системы Интернет-статистики: Google Analytics

1. Как работает Google Analytics: принципы работы и построение отчётов.
2. Возможности системы.
3. Установка счётчика на сайт.
4. Интерфейс.
5. Сбор и анализ данных.

### Примерная тематика диспутов

1. Как использовать все возможности систем отслеживания.
2. Сбор и анализ данных по эффективности рекламных кампаний.
3. Как подготовить решения для оптимизации маркетинга на основе собранных данных.
4. Как отследить полный путь клиента от перехода на сайт до продажи.
5. Как наглядно показать динамику изменения данных.
6. Анализ: аудитории, поведения, конверсии, настройки
7. Инструмент веб-аналитики Яндекс.Метрика.
8. Инструмент веб-аналитики Google Analytics.
9. Принцип работы систем веб-аналитики.
10. Особенности сбора данных в системах веб-аналитики.
11. Подсчет базовых показателей.
12. Определение источников трафика.

### 13. Каналы трафика.

#### Примеры практических заданий по дисциплине

##### Задание 1. Яндекс.Метрика

Провести анализ выбранного сайта с помощью Яндекс.Метрика. Порядок выполнения задания:

1. выбрать сайт;
2. оптимизировать сайт для проведения аналитической процедуры;
3. выбрать статистические параметры;
4. провести процедуру анализа;
5. составить отчёт;
6. подготовить рекомендации;
7. презентовать работу.

##### Задание 2. Google Analytics

Провести анализ выбранного сайта с помощью Google Analytics. Порядок выполнения задания:

1. выбрать сайт;
2. оптимизировать сайт для проведения аналитической процедуры;
3. выбрать статистические параметры;
4. провести процедуру анализа;
5. составить отчёт;
6. подготовить рекомендации;
7. презентовать работу.

### 4.3. Промежуточная аттестация

#### 4.3.1. Перечень компетенций образовательной программы. Индикаторы и критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора компетенции	Наименование индикатора компетенций
СК ОС LA-24	Способен анализировать данные в сети интернет для выбора оптимальных каналов коммуникации с потребителями в цифровой среде	СК ОС LA-24.1	Решает задачи, связанные с коммуникацией компании с потребителями в сети интернет, в сфере её маркетинговой деятельности, используя теоретические знания и практические навыки

Индикатор оценивания	Критерии Оценивания
СК ОС LA-24.1 Решает задачи, связанные с коммуникацией компании с потребителями в сети интернет, в сфере её маркетинговой деятельности, используя теоретические знания и	Базовый уровень - знает основные инструменты маркетинговых коммуникаций в сети интернет и тенденции их развития  Повышенный уровень – может анализировать информацию, полученную из самостоятельно



практические навыки	подобранных интернет-источников, для выявления преимуществ и недостатков различных коммуникационных инструментов сети интернет, используемых компаниями в маркетинговой деятельности.
---------------------	---

#### **4.3.2. Типовые оценочные средства**

**Зачёт с оценкой в форме устного ответа на два вопроса из предложенного списка.**

**Примерные вопросы зачёта с оценкой:**

1. Информационная сеть ARPANET – причины появления и функции сети.
2. Развитие протоколов TCP/IP, IRC.
3. Система DNS.
4. Протоколы HTTP и FTP.
5. Язык HTML.
6. Развитие World Wide Web.
7. Развитие мессенджеров и социальных сетей.
8. Современное состояние и тенденции развития Информационно-коммуникационной сети Интернет.
9. Анализ посещаемости сайта: статистика, тенденции, абсолютные и относительные показатели.
10. Анализ данных из электронной торговли: средний чек, популярные товары, доход в соответствии с каналами привлечения трафика.
11. Анализ юзабилити: анализ плотности щелчков, конверсионных путей посетителей по сайту, анализ скроллинга.
12. Анализ поведения посетителей на страницах: взаимодействие с различными формами, совершение микро и макро конверсий.
13. Сравнение с общими тенденциями и с конкурентами с помощью независимых платформ (Alexa, GemiusAudience, Google Trends).
14. Инструменты сбора статистики: счётчики и анализаторы.
15. Анализаторы логов: WebTrends, Webalizer, AWStats.
16. Счётчики-рейтинги: Rambler's Top 100, Liveinternet, Рейтинг@mail.ru, OpenStat, HotLog.
17. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц. Woopra.
18. Системы интернет-статистики с детализацией поведения посетителей на странице. SpyBOX.
19. Диспетчер тегов. Google Tag Manager.
20. Использование системы Интернет-статистики: Яндекс.Метрика: принципы работы и построение отчётов.
21. Возможности Яндекс.Метрика.
22. Сбор и анализ данных с помощью Яндекс.Метрика.
23. Использование системы Интернет-статистики: Google Analytics: принципы работы и построение отчётов.
24. Возможности Google Analytics.
25. Сбор и анализ данных Google Analytics.

### Шкала оценивания.

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
Устный ответ зачете с оценкой	1. Полно раскрыто содержание материала билета: исчерпывающие и аргументированные ответы на вопросы в билете. 2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, не требует дополнительных пояснений, точно используется терминология. 3. Демонстрируются глубокие знания дисциплин специальности. 4. Даны обоснованные ответы на дополнительные вопросы	(31-40)
	1. Ответы на поставленные вопросы в билете излагаются систематизировано и последовательно. 2. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер, в изложении допущены небольшие пробелы (неточности), не исказившие содержание ответа. 3. Материал излагается уверенно, в основном правильно даны все определения и понятия. 4. При ответе на дополнительные вопросы комиссии полные ответы даны только при помощи наводящих вопросов.	(21-30)
	1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса. 2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после наводящих вопросов. 3. Демонстрируются поверхностные знания дисциплин специальности; имеются затруднения с выводами. 4. При ответе на дополнительные вопросы комиссии ответы даются только при помощи наводящих вопросов.	(11-20)
	1. Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине, не раскрыто его основное содержание. 2. Допущены грубые ошибки в определениях и понятиях, при использовании терминологии, которые не исправлены после наводящих вопросов.	(0-10)

<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Оценка (баллы)</b>
	3. Демонстрирует незнание и непонимание существа экзаменационных вопросов. 4. Не даны ответы на дополнительные или наводящие вопросы комиссии.	

<b>В течение семестра</b>	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>ИТОГО</b>
0-60 баллов	Мах 0-40 баллов	Мах 100 баллов

В течение семестра обучающие выполняют практическое задание, готовят доклад по выбранной теме, участвуют в диспутах и обсуждениях. Общая сумма баллов за работу в семестре 60.

Промежуточная аттестация проходит в виде устного зачёта, за который можно набрать 40 баллов.

#### **Шкала итоговых баллов за курс**

<b>Сумма баллов за дисциплину</b>	<b>Зачет</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>Экзамен</b>
0 – 40	Не зачтено	Не зачтено (неудовлетворительно)	Неудовлетворительно
41 – 60	Зачтено	Зачтено (удовлетворительно)	Удовлетворительно
61 – 80	Зачтено	Зачтено (хорошо)	Хорошо
81- 100	Зачтено	Зачтено (отлично)	Отлично

#### **4.3. Методические материалы**

В процессе преподавания данной дисциплины используются как классические методы обучения (семинары), так и различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств студентов и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

В рамках данного курса используются такие активные формы обучения, как: подготовка докладов.

В процессе преподавания выполняется общеобразовательная задача: совершенствуется навык применения критического анализа при работе с информацией, расширяется культурный и профессиональный кругозор студентов. Одновременно выполняется и воспитательная задача – формирование активной жизненной позиции студентов, воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов. Студенты приобретают навыки и умения не только самостоятельной, но и совместной работы в группах, что способствует формированию умения общения друг с другом в коллективе, быть полноправным членом рабочей группы общества.

Данная программа строится с учётом ряда педагогических и методических принципов.

Принцип культурной и педагогической целесообразности основывается на отборе

тематики курса.

Принцип автономии студентов реализуется открытостью информации для студентов о структуре курса, требованиях к выполнению заданий, содержание контроля и критериях оценивания разных видов устной и письменной работы. Организация аудиторной и самостоятельной работы обеспечивает определённый уровень личной ответственности студента за результаты.

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.22.05 «Web-аналитика» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачётом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

<b>Организация деятельности студента по видам учебных занятий</b>	
<b>Вид учебных занятий</b>	<b>Организация деятельности студента</b>
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Групповая дискуссия, диспут	Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на

	<p>наиболее значимых аспектах.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы.</p> <p>Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.</p>
--	---

### **Подготовка презентаций по темам курса**

**Презентация** позволяет иллюстрировать основные положения доклада и делать приведённые в выступлении примеры наглядными. Она не должна полностью воспроизводить текст выступления. По правилам, информация, приведённая устно, не должна полностью копироваться на слайдах.

Выделяют множество разнообразных видов презентаций. Основными являются: конспект выступления; таблица; схемы и графики; тестирование; слайд-шоу; модульный доклад; и т.п.

Иллюстративный материал должен быть достаточным, но не чрезмерным, и не иметь развлекательный, игровой характер. Анимированный рисунок в качестве украшения отвлекает внимание

Практические рекомендации при подготовке презентации:

1. Используйте не более двух типов шрифтов.
2. Оптимальное количество строк не более семи.
3. Количество символов в строке не более сорока (в том числе пробелы).
4. Использование заглавных и строчных букв облегчает чтение и распознавание слов. Использование цвета, больших букв, усиление жирности, курсивный шрифт помогают выделить главное.

5. Лучше читается шрифт без засечек (например, Arial). Оптимальные шрифты (заголовков – 24-32; подзаголовков – 2-24; основной текст – 18-24; подписи данных – 20-2)

6. Старайтесь использовать простые, короткие предложения: чем лаконичнее текст, тем выше концентрация внимания на ключевых словах).

Презентация не должна требовать подключения к Internet и выполнять сторонние приложения (например, анимационные ролики, которые требуют установки кодеков и др.).

### **6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

#### **6.1. Основная литература.**

1. Фролов, А.Б. Web-сайт. Разработка, создание, сопровождение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Фролов А.Б., Нагаева И.А., Кузнецов И.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2020.— 355 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/93989.html>.— ЭБС «IPRbooks»

#### 6.2. Дополнительная литература.

1. Осипенков, Я.М. GOOGLE ANALYTICS 2019. Полное руководство / Осипенков, Я.М. – Москва: ДМК Пресс, 2020. - 748.

#### 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). [http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie\\_o\\_samostoyatelnoi\\_rabote.pdf](http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf)

#### 6.4. Нормативные правовые документы.

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.05.2015)
2. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. (с последующими изменениями).

#### 6.5. Интернет-ресурсы.

1. <https://analytics.google.com/> - Google Analytics.
2. <https://metrika.yandex.ru/> - Яндекс.Метрика.
3. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru) – Энциклопедия маркетинга. Один из наиболее популярных сайтов, посвященных маркетингу. Содержит информацию как теоретического (публикации по маркетингу, библиография), так и практического (перечень маркетинговых фирм, отчеты по исследованиям) характера.
4. [www.4p.ru](http://www.4p.ru) – «4p.ru – е-журнал по маркетингу» – Сайт полностью посвящен маркетингу; содержит интересные теоретические материалы по различным аспектам маркетинга, а также раздел, посвященный результатам маркетинговых исследований. Кроме того, на сайте есть книжный магазин деловой литературы, каталог ссылок на ресурсы сети.
5. <http://www.e-xecutive.ru/> - сообщество эффективных менеджеров
6. <http://www.advi.ru> - рекламные идеи
7. <http://www.advertology.ru/> - наука о рекламе: электронный ресурс

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

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий:

Для проведения практических занятий по дисциплине необходимо наличие ноутбука (компьютера) с установленным пакетом Microsoft® и мультимедийного проектора.

Требования к программному обеспечению общего пользования:

Специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.