

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:02:14

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e30974c5da708486412a1c8ef96f

Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины (модуля)	Web-аналитика в рекламе и связях с общественностью
Содержание	Web-аналитика как часть интернет-маркетинга: цели и задачи веб-аналитики. Профессия «Веб-аналитик». Терминология web-аналитики. Data-Driven. Бизнес-задачи. Маркетинг и digital-стратегия. Информационная сеть ARPANET. Развитие протоколов TCP/IP, IRC, появление мессенджеров и социальных сетей. Методология веб-анализа. Инструментарий веб-анализа. CX- и UX-анализ. А/Б- тестирование и оптимизация конверсий. Расширенная digital- аналитика
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Уметь осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ; осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; проводить техническую обработку и размещение информационных ресурсов на сайте;
Трудоемкость, з.е.	4
Формы отчетности	Зачет с оценкой
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	1. Ремарчук, В. Н. Информационная аналитика: теория, методология, технологии / В. Н. Ремарчук. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 224 с. — ISBN 978-5-507-45840-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/288980 . 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
Дополнительная литература	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 2 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